

Jürgen Rink

Vertrauensfrage

Service und Support aus der Sicht der Notebook-Nutzer

Pro Jahr müssen in Deutschland Hunderttausende von Laptops auf den Operationstisch. Trotzdem spielt die Service-Qualität bei der Kaufentscheidung kaum eine Rolle – wer rechnet auch schon damit, dass seine Neuerwerbung kränkeln könnte. Nicht zuletzt sind Bewertungsgrundlagen für die Service-Qualität der Anbieter dünn gesät, aber es gibt sie: Jahr für Jahr befragen wir die Notebook-Nutzer nach ihren Erfahrungen mit Service und Support.



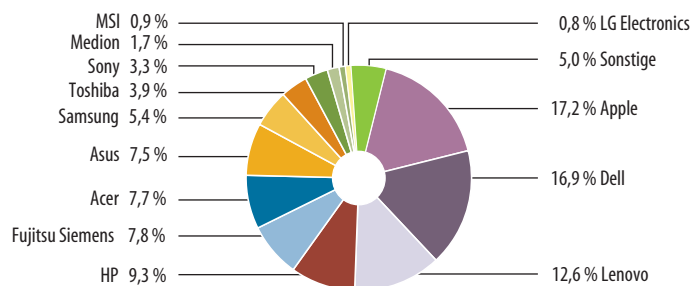
Die Laptop-Preise fallen weiter, schon für weniger als 500 Euro gibt es brauchbare Laptops. Weil die Anbieter unter anderem dadurch immer mehr Laptops verkaufen, steigen auch deren Kosten für Service und Support – was den Gewinn zusätzlich zur immer kleiner werdenden Gewinnspanne schmälert. Also müssen die Unternehmen handeln. Schön wäre ja, wenn sie ihre Notebooks weniger defektanfällig konstruierten, doch manche reduzieren die Aufwendungen für Service und Support. Der Anwender merkt das zum Beispiel an der längeren Verweildauer in der Hotline-Warteschleife, weil das Unternehmen am Personal spart, oder daran, dass der Gesprächspartner aus Osteuropa kaum deutsch spricht.

Wenn der defekte Laptop zur Reparatur muss, dann erleben Kunden die nächste Lektion in Kostenminimierung, denn kaum ein Hersteller repariert selbst. Wenn der externe Service-Dienstleister dann Mails auf Englisch oder Niederländisch schickt, gehört das noch zu den geringen Nebenwirkungen – immerhin hat er sich gemeldet. Viel schlimmer ist es, wenn das Notebook-Unternehmen nicht nur den Service, sondern auch die Verantwortung dafür auf den Reparaturbetrieb abwälzt. Das musste Olaf H. aus Berlin erfahren.

Sein HP Pavilion ze4294 fing im Februar 2006 nach dem Einschalten an zu rauchen, daraufhin war unter anderem der Display-Anschluss verschmort. H. akzeptierte eine Reparaturpauschale von 358 Euro netto und schickte das Gerät Mitte März an Teleplan, den Reparatur-Dienstleister von HP. Nach vielen vergeblichen Anrufen erhielt Olaf H. zwei Monate später sein Gerät zurück, doch statt auf ein hochauflösendes Display blickte er auf eines mit geringerer XGA-Auflösung. Als ob Olaf H. ahnte, dass die Service-Odyssee erst begann, ersteigerte er sich online

Das komplizierte Innenleben der Notebooks verhindert meist die Selbstreparatur, umso wichtiger ist ein funktionierender Service.

Bild 1: Markenanteil an defekten Notebooks
Die in Deutschland führenden Anbieter liegen auch in der heise-online-Umfrage auf den vorderen Plätzen, aber in anderer Rangfolge.



ein günstiges Ersatz-Notebook und schickte sein eigenes Notebook erneut zum Service.

Auch nach der nächsten Reparatur Ende Oktober fand sich kein hochauflösendes Panel in seinem Gerät. Notgedrungen akzeptierte Olaf H. deshalb einen dritten Versuch und ließ das Gerät am 31. 10. 2006 abholen. Danach herrschte Funkstille, Olaf H. gelang es auch nach Wochen nicht, Teleplan zu kontaktieren und übergab deshalb im Januar 2007 den Fall seinem Anwalt. Nachdem Teleplan dessen Frist zum Reparaturabschluss verstreichen ließ, forderte der Anwalt den Rücktritt vom Reparaturvertrag und die Rückzahlung der Pauschale inklusive Nutzungsausfall und Kosten für das ersteigerte Ersatzgerät.

Teleplan verweigerte das, weshalb es im März 2007 zur ge-

richtlichen Klage kam. Nachdem Teleplan im Juni 2007 eine Klageabweisungsschrift schickte, informierte Olaf H. die c't. Wir fragten im August bei HP nach, warum Olaf H. zunächst sein Gerät nicht repariert und anschließend überhaupt nicht mehr bekam. HP spricht zunächst von einem bedauerlichen Einzelfall, will aber trotzdem strukturelle Maßnahmen ergreifen, um die Zusammenarbeit mit Teleplan zu verändern. Erst später erfahren wir den Hintergrund: Bislang war für die Eskalation eines Servicefalls Teleplan und nicht HP zuständig. Mit anderen Worten: Kundenbeschwerden wurden von Teleplan bislang nicht an HP weitergeleitet. Das soll sich laut HP nun ändern.

HP versprach noch ein Entschädigungsangebot für den Kunden und Teleplan bezahlte

alle geforderten Beträge. Ende gut, alles gut? Leider noch nicht, denn Olaf H. wartete auch Wochen nach dieser Einigung immer noch auf sein Notebook. Auf unsere beharrliche Nachfrage gibt eine HP-Presssprecherin zu Protokoll, dass man das Gerät leider nicht zurückschicken könne, weil Teleplan es irrtümlich schon lange ausgeschlachtet und einige Komponenten wiederverwertet hat. Jetzt konnte sich Olaf H. erklären, warum die Anrufe ausblieben. Mit einem nagelneuen Compaq nc6320 für Olaf H. (mit Display in hoher Auflösung) konnte HP seinen Kunden schließlich versöhnen.

Die vielen Zuschriften für unsere Rubrik „Vorsicht, Kunde“ (vorsichtkunde@ctredaktion.de) belegen, dass das ein besonders drastisches Beispiel für Inkompe-



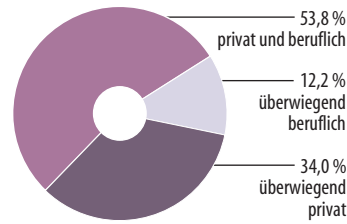


Bild 2: Nutzungsverhalten
Der private Einsatz von Notebooks ist mittlerweile selbstverständlich, nur noch 12 Prozent nutzen ihr Gerät rein beruflich.

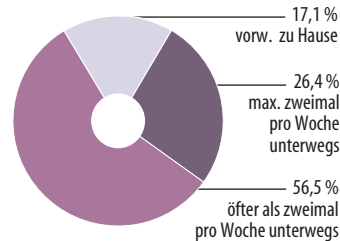


Bild 3: Mit dem Notebook unterwegs
Nur 17 Prozent nutzen ihr Notebook vorwiegend zu Hause, für die Mehrheit gehört es zum Reisegepäck.

tenz ist, aber kein Einzelfall. Das Bermuda-Dreieck aus Notebook-Unternehmen, Service-Dienstleister und Support-Stellen birgt viele Untiefen.

Wir haben deshalb die heise-online-Leser im Januar 2008 aufs Neue in einer Umfrage gebeten, uns ihre Erfahrungen mitzuteilen: Wer hat den Service und Support im Griff? Weil diese Studie bereits im fünften Jahr läuft, lässt sich mittlerweile auch einschätzen, auf wen langfristige Verlass ist.

Die diesjährige Umfrage umfasst Notebooks, die zwischen 2005 und 2007 gekauft wurden. Insgesamt 1090 Datensätze über defekte Notebooks kamen zwischen dem 11. und dem 20. Januar zusammen, etwas weniger als letztes Jahr mit 1190 Erhebungen [1]. Eine Umfrage auf heise online erreicht vornehmlich technikinteressierte Leser und kann deshalb nicht repräsentativ sein. Das zeigt auch die Verteilung der Marken (Bild 1). Zwar sind die großen Anbieter in Deutschland auch in unserer Umfrage prominent vertreten, aber auf anderen Plätzen: Die Top drei Acer, Fujitsu Siemens

und HP finden sich hier auf den Plätzen vier bis sechs.

Apple fällt aus dem Rahmen, denn obwohl das Unternehmen im Deutschland-Ranking nur bei wenigen Prozent Marktanteil liegt, erreichten uns über Notebooks dieses Unternehmens die meisten Meldungen zu Defekten. Da die Hersteller ihre Zahlen zu Reparaturfällen unter Verschluss halten, bleibt unklar, ob Apple-Notebooks nur sehr defektanfällig sind oder ob besonders viele heise-online-Leser Apple-Produkte bevorzugen. Nachdem Apple auf Intel-Hardware umgestiegen war, gab es jedenfalls überraschend viele Meldungen von Defekten wie Überhitzung oder plötzliches Abschalten. Aber auch Lenovo ist in der Umfrage im Vergleich zum Marktanteil mit überproportional vielen Meldungen über defekte Notebooks vertreten.

Nutzerverhalten

Für den privaten Bedarf verkauften die Händler 2007 in Deutschland erstmals mehr Laptops als PCs. Die Umfrageteilnehmer fol-

gen dem Trend, das Notebook immer seltener ausschließlich für den Beruf zu nutzen. Gehörten letztes Jahr noch 17 Prozent zu dieser Gruppe, schrumpfte jetzt der Personenkreis auf 12 Prozent (Bild 2). Die Laptops verdrängen also zu Hause den Desktop-PC, doch Mobilität steht da nicht an erster Stelle – sonst würden sich die großen und schweren 17-Zoll-Notebooks nicht so gut verkaufen. Vielmehr bestätigt die Umfrage den Trend zum Couch-Potato-Laptop: 17 Prozent und damit fast ein Drittel mehr als im Jahr zuvor lassen ihr Gerät fast immer zu Hause (Bild 3). Wer dagegen viel unterwegs ist, nutzt schon lange einen Laptop: Mit 56 Prozent blieb der Anteil derer, die ihren Rechner öfter als zweimal pro Woche mitnehmen, in etwa gleich.

Der Werkstattaufenthalt des Laptops gefällt keinem der Beteiligten. Der Kunde muss auf seinen Rechner verzichten, sofern sein Service-Vertrag kein Austauschgerät vorsieht, und dem Unternehmen entstehen Kosten, wenn es um einen Garantiefall geht.

Ein Viertel der defekten Notebooks musste nicht zum Service, weil den Anwendern die Reparatur selbst oder mit Hilfe des Supports gelang; eventuell konnte der Händler helfen oder der Kunde bekam ein Ersatzteil unbürokratisch zugeschickt (Bild 4). Letzteres ist ein zweischneidiges Schwert. Das Unternehmen muss sich auf die Fehlerbeschreibung des Anwenders verlassen und riskiert dabei, dass das Ersatzteil den Fehler nicht behebt. Vielleicht ist die Taste doch nicht defekt, sondern der Folienstecker im Gehäuse hat eine Macke? Der Anwender wiederum sieht nicht ein, warum er wegen der abgebrochenen Taste gleich das ganze Notebook einschicken soll.

Wenn der Laptop muckte, meldeten sich die meisten direkt beim Laptop-Hersteller (Bild 5). Nur ein Viertel wandte sich an

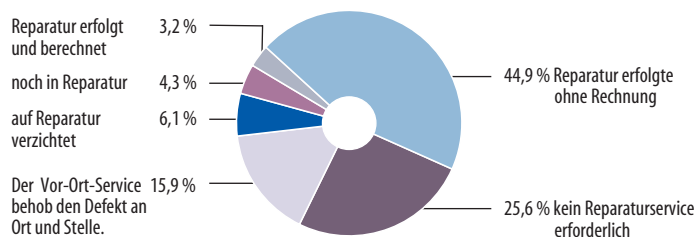


Bild 4: Reparaturstand
Jeder vierte Besitzer eines defekten Laptops konnte zum Beispiel alleine oder mit Hilfe der Hotline den Fehler beheben, aber die Mehrzahl der Geräte mit Macken muss letztendlich in die Werkstatt.

den Händler. Dass diese Entscheidung Konsequenzen hat, wissen wohl nur wenige, und wie unsere Recherchen zeigen, nicht mal alle Ansprechpartner bei Herstellern und Händlern. Der Hersteller gewährt die Garantie, eine freiwillige Leistung, die das Unternehmen nach Belieben bestimmen darf. Die Lithiumionenakkus zum Beispiel deckt die Garantie nur ein halbes Jahr bis ein Jahr lang ab, auf die Laptops selbst wird meist zwei Jahre Garantie gewährt. Der Händler steht gegenüber dem Kunden wegen der gesetzlich verordneten Gewährleistung in der Pflicht. Die gilt zwei Jahre, de facto aber nur für ein halbes Jahr. Nach dieser Zeit kehrt sich die Beweislast um und der Kunde muss nachweisen, dass der Fehler oder dessen Ursache bereits beim Kauf vorhanden oder angelegt war.

Der feine Unterschied

Garantie und Gewährleistung unterscheiden sich in wichtigen Punkten, die der Kunde wissen muss, wenn er im Konfliktfall überzeugend auftreten will. Bei mehreren erfolglosen Reparaturen besteht das Recht auf Wandlung nur im Gewährleistungsfall, also gegenüber dem Händler. Innerhalb der ersten sechs Monate sollte man sich daher an den Händler wenden und sich von diesem nicht mit dem Hinweis auf die Garantie abspesen lassen – es sei denn, der Service-Vertrag verspricht ein Austauschgerät oder sogar Abhilfe bei Gebrauchsschäden. Hat der Kunde aber die Garantie in Anspruch genommen, dann steht ihm nur Schadenersatz in Höhe

Bild 5: Kontaktaufnahme Trotz Gewährleistungspflicht des Händlers wenden sich zwei Drittel wegen eines Defekts an den Laptop-Hersteller und nehmen die Garantie in Anspruch.

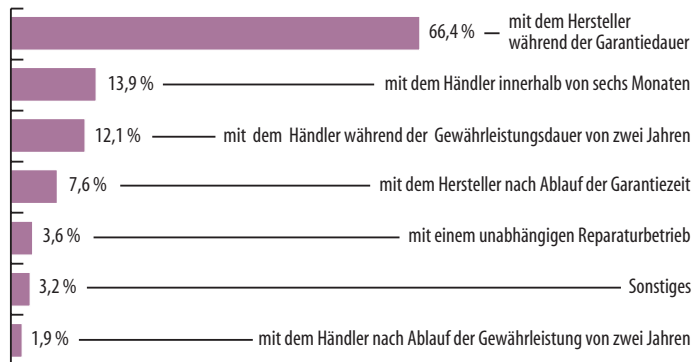
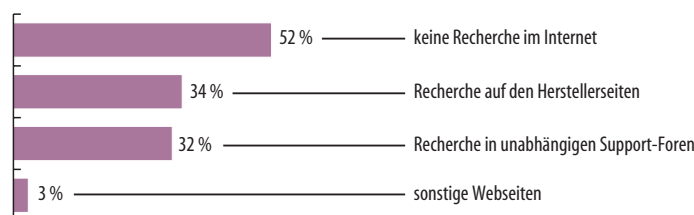


Bild 6: Informationsbeschaffung im Internet Zufriedene Kunden brauchen das Internet als Informationsquelle für Laptop-Defekte nicht – immerhin knapp die Mehrheit. Fast ein Drittel konsultierte dagegen Notebook-Foren.



des Zeitwerts zu (Kaufpreis gemindert um eine Abschreibung auf drei Jahre). Die Faustregel Händler/Gewährleistung, Hersteller/Garantie läuft bei Direktverkäufern allerdings ins Ungeheure, da diese als Hersteller und Händler agieren. Wir wollten von Direktversender Dell deshalb wissen, wie sich der Kunde absichert, wenn er zum Beispiel statt der Garantie lieber die Gewährleistung mit dem Anspruch auf Wandlung in Anspruch nimmt. Dells Rechtsabteilung legte sich in der Antwort nicht fest, sondern bekräftigte, mit dem Service nicht zwischen Garantie und Gewährleistung zu unterscheiden.

Wie oft der Kunde dilettantische Reparaturen ertragen muss, steht nicht eindeutig fest. Nach

drei Versuchen sollte man der Gegenseite schon mal die Begriffe Wandlung oder Schadenersatz nahelegen. Die verbale oder juristische Keule hilft allerdings bei der Durchsetzung der eigenen Rechte kaum. Unternehmen werden dann genauso schnell bockig wie der Nachbar. Wie man sich gütlich einigt und bei Bedarf die Daumenschrauben professionell, aber nicht unverschämt anzieht, haben wir an anderer Stelle ausführlich dargelegt, inklusive Tipps zum erfolgreichen Reklamieren [1, 2, 3, 4].

Das Internet ist eine unverzichtbare Informationsquelle geworden, um nach der Fehlerursache zu forschen (Bild 6). Einige Hersteller haben Support-Seiten, die über Austauschaktionen,

Treiber und Fehlerquellen informieren und in denen sich Anwender auch austauschen können. Unabhängige Foren helfen bei der Argumentation, wenn der Hersteller sich wenig kulant gibt, obwohl ein Serienfehler vorliegt – freiwillig erzählt kein Hersteller von Sammelklagen, Serienfehlern und Schwachstellen. Notebook-Foren geben manchmal Tipps zur Fehlerbehebung, wenn der Hersteller nicht weiter weiß. Das Stöbern im Internet nach dem Notebook-Fehler dauert meist nur Minuten, der Erkenntnisgewinn ist oft bares Geld wert.

Aber nicht immer kommt man dadurch zu einer Lösung: Ein Beispiel dafür sind Aussetzer bei einigen Amilo M3438G. Bild und Ton ruckeln bei manchen



Mechanische Komponenten und das Display gelten als besonders anfällig für Defekte.



Spielen, manchmal gibts Darstellungsfehler. Ein Blick in die Notebook-Foren offenbart, dass einige Kunden dieses Problem haben. Fujitsu Siemens gibt zu, dass die Ausfallrate der Grafikkarten leicht erhöht ist, das Unternehmen will allerdings keinen Serienfehler anerkennen und wiegelt ab: „Die Aufzählung (der funktionierenden Spiele) ist beispielhaft und soll lediglich anschaulich machen, dass das Notebook grundsätzlich zum Spielen geeignet ist und das Ruckeln bei einigen Spielen durch Default-Einstellungen seitens Spielesoftware-Hersteller zu erklären ist – jedoch aber durch Anpassungen dieser eingeschränkt bis besei-

tigt werden können.“ Einige Anwender wollen das rechtlich prüfen lassen, auch eine Petitionsseite für betroffene Anwender wurde eingerichtet, die knapp 500 Mal unterzeichnet wurde.

Fujitsu Siemens nimmt diesen Fehler wohl doch nicht ganz auf die leichte Schulter, sondern gibt zu Protokoll: „Wir haben zu diesem System ebenfalls ein unabhängiges, gerichtlich bestelltes Sachverständigengutachten eingeholt. In diesem wurde festgestellt, dass am Amilo M 3438G keine diesbezüglichen Mängel vorliegen.“ Der Ausgang dieses Streits ist ungewiss, doch ohne Internetforen würden die Anwender völlig im Dunkeln tappen.

Obwohl ein Defekt vorliegt, verzichteten in der Umfrage einige Notebook-Besitzer auf die Reparatur. Ganz oben auf der Argumentenskala der Reparaturphobiker steht, dass man das Notebook dringend braucht oder mit dem Fehler leben kann. Dieses Glücksspiel kann man vermeiden, wenn der nächste Notebook-Kauf einen Service-Vertrag einschließt, der ein Austauschgerät garantiert. Diejenigen, die sich mit einem Fehler arrangieren, schaden sich auch deshalb, weil aus dem kleinen Defekt ein großer werden kann. Muss der Laptops dann zur Reparatur, darf man sich trefflich ärgern, wenn der Fehler bis nach Ablauf der Garantie verschleppt wurde.

Zudem können Firmen mit dem Hinweis auf nicht zeitnah gemeldete Defekte eine kostenlose Reparatur ablehnen.

Hilfe, die Hotline

Trotz Internet gilt das Telefon immer noch als Kontaktmittel der Wahl, wenn das Notebook patzt. 56 Prozent der Umfrageteilnehmer versuchen, mit einem Gesprächspartner am anderen Ende der Leitung zu telefonieren, nur 21 Prozent schicken eine E-Mail. Das sollte für die Unternehmen Ansporn sein, trotz der höheren Kosten, den Telefon-Support nicht in Billiglohnländer abzuschieben und Hotline-Mitarbeiter einzusetzen, die Deutsch können.

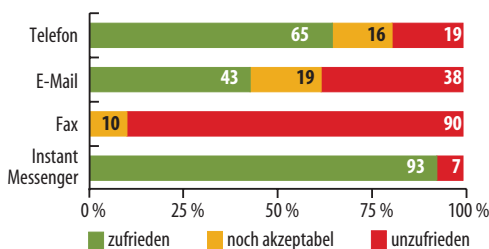


Bild 7: Hotline-Kommunikation
Trotz Warteschleife und Verlagerung ins Ausland: Telefon-Support kommt bei den Kunden nach wie vor besser an als E-Mail oder Fax.

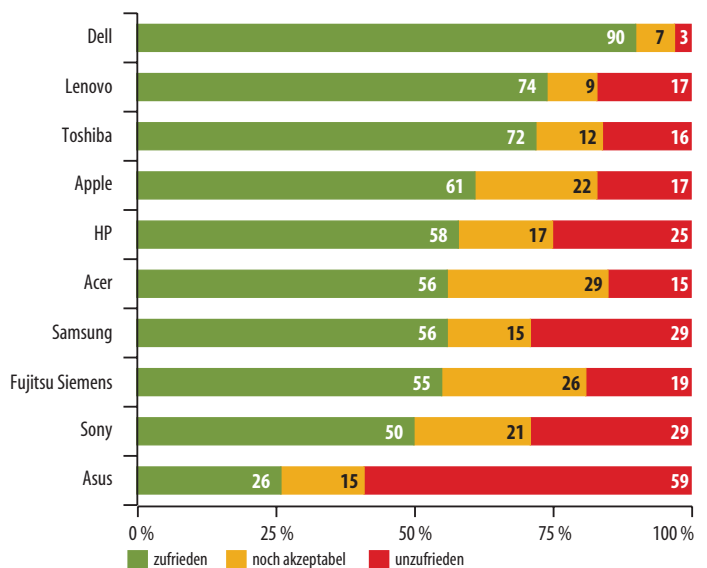


Bild 8: Rangliste Hersteller-Support
Dell kann mit Kundenanfragen am besten umgehen, Asus hat den Support überhaupt nicht im Griff. Die anderen können immerhin mehr zufriedene als unzufriedene Kunden vorweisen.

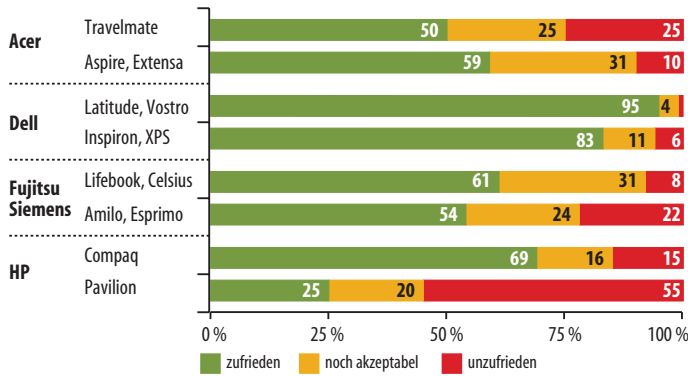


Bild 9: Hersteller-Support für Business- und Consumer-Laptops HP behandelt Besitzer von Consumer-Notebooks deutlich schlechter als die von Business-Geräten.

Obwohl Kunden uns gegen- über häufig über nicht erfolgte Rückrufe und Dauerschleifen klagen, bewerten sie die Telefon-Hotline wesentlich besser als E-Mail und Fax (Bild 7). Nur 19 Prozent geben der Telefon-Hotline eine schlechte Note, doppelt so viele beschwerten sich über den E-Mail-Verkehr. Die Kommunikationsart Fax sollte man meiden, denn zufrieden war keiner damit – das Papier landet wohl in der Rundablage. Die schlechte Bewertung könnte ihre Ursache auch darin haben, dass Faxe als Beschwerdebriefe geschickt werden, der Kunde also ohnehin nicht mehr zufrieden ist.

Einige wenige haben sich per Instant Messaging mit dem Support unterhalten und sind begeistert von diesem Kommunikationsmittel. Diese relativ neue Kommunikationsform führt offenbar zu zufriedenen Kunden – sofern das defekte Notebook dazu noch in der Lage ist oder ein Zweitrechner zur Verfügung steht. Dell bietet einen Experten-Chat an, im Zuge dessen man jedoch zwecks Fehlersuche kurzfristig die Kontrolle über seinen Rechner abgibt. HP-Anwender chatten per Web-Frontend.

Die Support-Mitarbeiter von Dell konnten den Umfrageteilnehmern am besten helfen. Nur 3 Prozent beschwerten sich über die Kommunikation mit dem Direktversender (Bild 8). Mit großem Abstand in der Rangliste folgt das Mittelfeld aus Lenovo, Toshiba, Apple, HP, Acer, Samsung, Fujitsu Siemens und Sony mit 17 bis 29 Prozent unzufriedenen Kunden.

Toshiba hat sich im vergangenen Jahr mächtig ins Zeug gelegt und innerhalb eines Jahres die Zahl der Unzufriedenen um den Faktor drei gesenkt – na also, geht doch. Davon ist Asus weit entfernt. Abgeschlagen auf

dem letzten Platz schafften es nur die Ratlinger, mehr Kunden zu verärgern als ihnen zu helfen. Asus freute sich im Jahr zuvor über einen satten Zuwachs an verkauften Notebooks von über 100 Prozent. Wir gratulieren aber erst, wenn der Support mitwächst. Was passiert wohl mit dem jetzt schon schlechten Service, wenn der beliebte Eee PC erst in großen Stückzahlen lieferbar ist?

Die Grenze zwischen Consumer- und Business-Modellen schwimmt immer mehr, nicht zuletzt durch Discounter, die manches Business-Notebook günstiger verkaufen als Consumer-Modelle. Beim Support indes pflegt HP die Zweiklassengesellschaft weiter (Bild 9): Die Mitarbeiter des HP-Supports verärgerten die Mehrheit der Besitzer von Pavilion-Rechnern (Consumer-Modelle), behandeln aber die Besitzer von Compaq-Geräten (Business) weitaus zuvorkommender: Nur 15 Prozent davon gaben dem HP-Support eine schlechte Note.

Service, bitte!

Kann die Hotline nicht weiterhelfen, dann muss der Laptop zum Reparatur-Service. In der Umfrage konnten 30 Prozent von denen, die ihr Gerät reparieren ließen, dank eines Service-Vertrags den Vor-Ort-Service in Anspruch nehmen. Das reduziert

die Ausfallzeit natürlich erheblich, vorausgesetzt, der Service-Mitarbeiter kann helfen. Diese Option sollte man dazukaufen, wenn man auf das Notebook unbedingt angewiesen ist, eventuell noch erweitert mit Anspruch auf ein Ersatzgerät.

Die anderen müssen ihr defektes Gerät aus den Händen zum Service geben. Die Festplatte sollte man ausbauen oder die Daten sichern, wenn der Service das komplette Gerät verlangt. Nachdem uns einige Service-Fälle vorliegen, bei denen der Dienstleister oder der Paketdienst das Notebook beschädigt hat und das dem Kunden in die Schuhe schieben will, können wir nur raten, die Digitalkamera zu zücken und das Gerät vor dem Abflug aus allen Perspektiven zu fotografieren.

Ein vorbildlicher Service informiert über den Reparaturverlauf, gibt eventuelle Verzögerungen wegen fehlender Ersatzteile bekannt und bittet nach abgeschlossener Reparatur den Kunden um ein Resümee. Grundsätzlich scheint das zu funktionieren, denn die meisten Umfrageteilnehmer waren zufrieden. Zwei Drittel loben den Service, 13 Prozent fanden ihn immerhin akzeptabel, aber immerhin noch 19 Prozent gehörten nach der Reparatur zur Gruppe der unzufriedenen Kunden (Bild 10).

Auch wenn das gute Stück in die Werkstatt muss, zeigt Dell

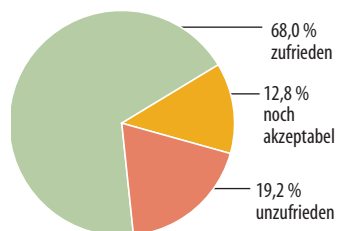


Bild 10: Bewertung der Reparatur Zwei Drittel der Umfrageteilnehmer waren mit der Instandsetzung ihres Laptops zufrieden.

der Konkurrenz, wie man mit Kunden umgehen sollte (Bild 11). Mit nur 15 Prozent unzufriedenen Kunden liegt das Unternehmen ganz vorn. Die rote Laterne bekommt auch hier Asus. Nicht nur beim Support versagt dieser Hersteller öfter als die anderen, sondern auch bei den Reparaturen, wenn auch nicht mit ganz so großem Abstand.

Ortstermin

Die Teilnehmer geben dem Vor-Ort-Service insgesamt deutlich bessere Noten als dem Reparatur-Service außer Haus (Bild 12). Das Reparatur-Team für Vor-Ort-Service von Apple-Notebooks bekommt Bestnoten. Apple bietet keinen Vor-Ort-Service an, stattdessen erfüllen externe Dienstleister den Service-Vertrag. Hinter Apple liegen Dell und Fujitsu Siemens. Nur Lenovo und HP schickten Techniker, mit denen die Besitzer defekter Notebooks nicht einverstanden waren: 3 Prozent bei Lenovo und 9 Prozent bei HP würden dem Techniker wohl die Tür nicht gerne wieder aufmachen.

Bei Dell liegt der Anteil der Vor-Ort-Reparaturen ungewöhnlich hoch. Das mag am Webshop liegen, bei denen der Vor-Ort-Service oft schon als Option vorgeinstellt ist. Auch bei HP und Lenovo überwiegen die Vor-Ort-Service-Fälle.

Unsere Langzeitbeobachtung seit Oktober 2003 zeigt, dass eine reibungslose Reparaturabwicklung nicht von heute auf morgen zu erreichen ist (Bild 13). Über die Jahre konnte Dell die Kundenzufriedenheit kontinuierlich steigern und seinen Vorsprung auf den zweitplatzierten Lenovo noch ausbauen – auch deshalb, weil nach der Lenovo-Übernahme der ThinkPad-Notebooks von IBM die Reparaturen nicht mehr so problemlos wie früher verliefen.

Wie schon bei der Bewertung der Hotline konnte sich Toshiba auch bei den Reparaturen aus den hinteren Rängen nach vorne arbeiten. Da hat es wohl gehörig gerappelt bei den Service-Partnern. Toshiba ist jedes Jahr für eine Überraschung gut, denn der Zickzackkurs, den das Unternehmen über die Jahre hingelegt hat, ist einzigartig: Nachdem im vergangenen Jahr die Besitzer von Toshiba-Notebooks mit dem Service am we-

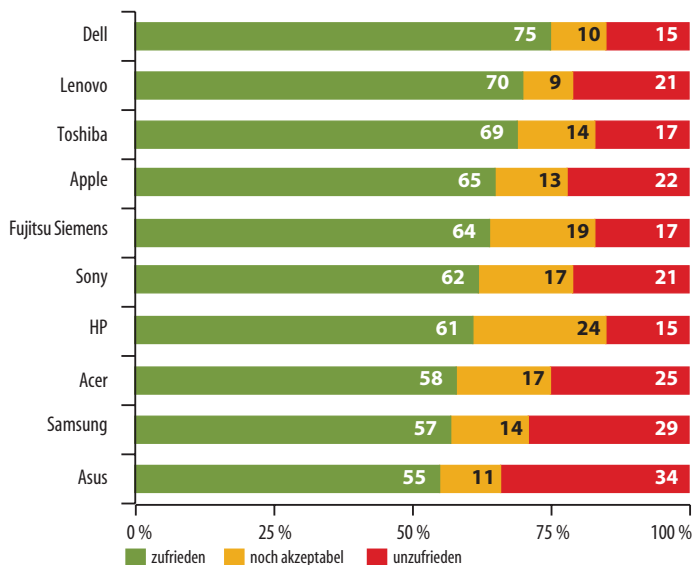


Bild 11: Rangliste Reparatur-Service (ohne Vor-Ort-Service) Dell zeigt der Konkurrenz, wie man Laptops repariert und Kunden zufriedenstellt. Schlusslicht Asus gelingt es zwar, immer mehr Laptops zu verkaufen, doch bei Reparaturen im Service-Fall kommt Asus nicht hinterher.

nigsten zufrieden waren, folgte dieses Jahr wieder der Sprung ins obere Mittelfeld. Das ist insofern erstaunlich, weil Toshiba in Deutschland eine sehr heterogene Service-Struktur mit zahlreichen Lizenzpartnern vor Ort hat, die es auf gemeinsamen Kurs zu trimmen gilt.

Samsung spielte noch 2006 in der Oberliga mit, doch der Service-Dienstleister Teleplan stellte immer weniger Kunden zufrieden. Noch vor wenigen Wochen hat das Unternehmen mit dem guten Abschneiden in der heise-online-Umfrage 2007 geworben, jetzt fiel Samsung auf den vorletzten Platz ab. Auch der Apple-Service bekräftigt die Tendenz nach unten und rutschte Richtung Mittelmaß.

Odyssee

Nach den abenteuerlichen Berichten von Asus-Kunden an die c't-Redaktion wundert uns das Abschneiden dieses Unternehmens in der heise-online-Umfrage nicht. Dabei hatte Asus viel Zeit, den Reparaturablauf in den Griff zu kriegen, denn diese

Unternehmensabteilung liegt seit 2005 unserer Umfrage nach weit hinten. Asus gelang es dennoch nicht, den Service-Bedarf an die gestiegenen Verkaufszahlen anzupassen. Ob die kürzlich dazugekauften Dienste von LetMeRepair das Blatt wenden können, wird die nächste Umfrage zeigen.

Auch Margherita J. wird sich wohl nie wieder ein Asus-Notebook kaufen. Ihr Asus 6786NELP war viermal vergeblich beim Service, bevor sie ein Austauschgerät bekam. Ein vorher zusätzlich gekaufter RAM-Riegel verschwand allerdings bei einer der Reparaturen. Ihre Beschwerde verhallte ungehört, erst nach wochenlanger Funkstille kam die Kommunikation mit Asus in Gang. Im September 2007 führte ein flimmerndes Display am Austausch-Notebook zum nächsten vergeblichen Reparaturversuch. Zwischenzeitlich tauchte der verschwundene RAM-Riegel wieder auf. Anfang Oktober meldete sich Asus bei Frau J. und erkundigte sich, ob sie denn wirklich ein hochauflösendes Display braucht (ihres hat 1680 x 1050), ein Display mit ge-

ringerer Auflösung ginge doch auch. Nach heftigem Protest kam drei Wochen später ein weiteres Ersatzgerät, allerdings mit schwächerem Prozessor und weniger Festplattenplatz.

Asus zeigte sich auf Nachfrage von c't kulant, rüstete das Notebook Anfang November 2007 auf und versprach, als Entschädigung eine zweite Festplatte und eine Dockingstation mitzuschicken. Wir baten Asus um eine Stellungnahme und das Unternehmen beschönigte Mitte November nichts: „Auch der Fall J. ist ein wirkliches Trauerspiel.“ Damals wusste Asus noch nicht, dass die Aufrüstung des Notebooks unprofessionell durchgeführt wurde: Wegen des 2-GHz-Prozessors für FSB533 im Mainboard mit Chipsatz 855PM für FSB400 konnte Frau J. nur 1,5 GHz nutzen. Asus glaubte der postwendenden Beschwerde von Frau J. nicht und verlangte Screenshots. Derart endlich überzeugt, sollte das Notebook wieder abgeholt werden. Das gelang allerdings aufgrund einer schon vergebenen UPS-Auftragsnummer erst im zweiten Anlauf. Nach

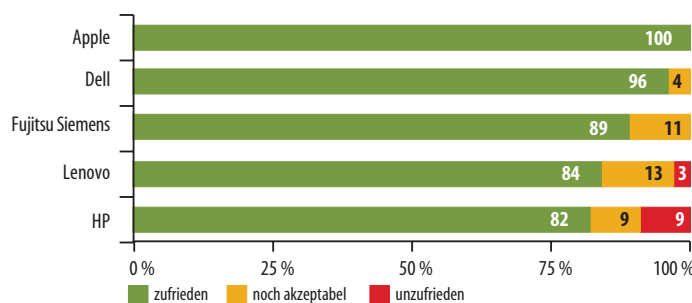


Bild 12: Rangliste Vor-Ort-Service-Reparatur Der Vor-Ort-Service bekommt wesentlich bessere Noten als der Reparatur-Service außer Haus.

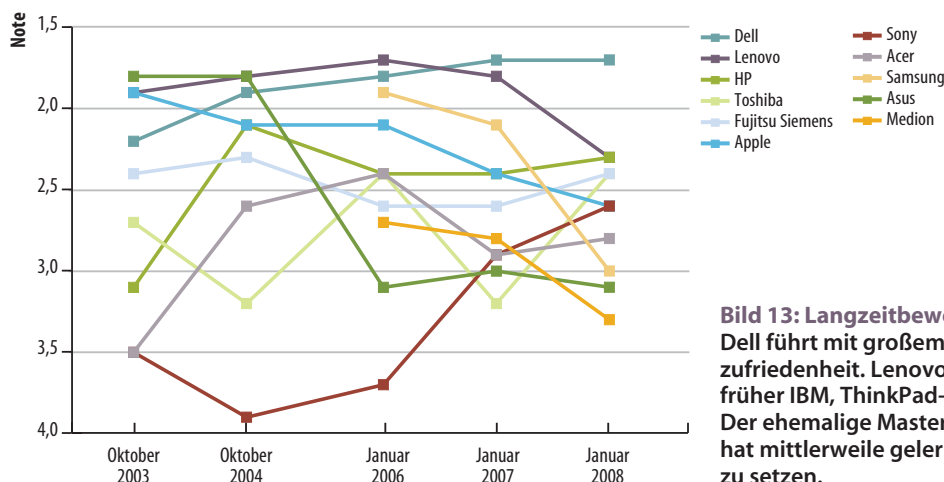


Bild 13: Langzeitbewertung Reparatur
 Dell führt mit großem Abstand in der Kundenzufriedenheit. Lenovo gelingt es weniger gut als früher IBM, ThinkPad-Notebooks zu reparieren. Der ehemalige Master of Service-Desaster Sony hat mittlerweile gelernt, Laptops wieder in Gang zu setzen.

einem weiteren Prozessortausch hat Frau J. seit dem 4. März 2008 nun endlich das Notebook, das sie haben wollte.

Die schlechtesten Reparaturbewertungen handelte sich in der Vergangenheit mehrmals mit großem Abstand Sony ein. Mit interessanten Notebooks abseits des Üblichen fiel der Hersteller positiv auf, doch wegen der dürftigen Serviceleistungen konnten wir die Geräte lange Zeit nicht empfehlen. Nach der Erhebung im Oktober 2004 hat Sony die Prioritäten im Service neu und erfolgreich ausgerichtet. Die Strategie ging auf, den Platz im Mittelfeld darf Sony nach den Katastrophen der Vergangenheit als Erfolg und Bestätigung verbuchen.

Apple-Kunden halten ihr Gerät besonders schnell wieder in Händen. Die MacBooks und iBooks landen nach durchschnittlich 9 Tagen wieder beim Besitzer, während die Konkurrenz 13 bis 16 Tage braucht (Bild 14). Vor-Ort-Service-Fälle wurden hier natürlich nicht mit berücksichtigt. Noch im Jahr zuvor sahen wir große Unterschiede bei den Reparaturdauern von 5 bis 23 Tagen je nach Unternehmen [1]. Mittlerweile hat sich der Ausflug zum Service-Unternehmen auf rund zwei Wochen erstaunlich angeglichen.

Versuchs mal

Dell, Toshiba, Sony und Lenovo reparieren laut unseren Umfrageteilnehmern in rund 80 Prozent der Fälle auf Anhieb erfolgreich. Bei den anderen Geräten musste der Service noch mal ran, zum Teil mehrmals (Bild 15). Fujitsu-Siemens liegt mit 70 Pro-

zent Reparaturserfolge beim ersten Versuch im Mittelfeld. HP, Samsung, Apple, Asus und Acer reparieren nur in 66 bis 61 Prozent der Fälle überzeugend. Insgesamt erstaunt der hohe Anteil an Mehrfachreparaturen. Doch diejenigen, die eine langwierige Service-Odyssee hinter sich haben, dürften eher motiviert sein, an der Umfrage teilzunehmen als solche, die ihren Laptop nur wenige Tage beim Service hatten.

Wie oft man Reparaturstümpereien akzeptieren muss, ist gesetzlich nicht exakt festgeklopft. Bei technisch komplizierten Geräten wie Notebooks wird dem Hersteller durchaus das Recht auf drei Nachbesserungen zugebilligt. Droht ein Rechtsstreit, dann stärkt ein lückenloser Nachweis über den Reparaturverlauf die Kundenposition deutlich: bei Telefongesprächen Namen notieren und Gesprächsnotiz erstellen, E-Mails speichern. Nach Mehrfachreparaturen steht dem Kunden Wandlung oder Schadenersatz aber nur dann zu, wenn es sich um denselben Fehler oder um Folgefehler handelt.

Was in den Service-Abteilungen und bei den Service-Dienstleistern genau passiert, wissen wir nicht. Mit Fehlersuche halten sie sich jedenfalls nicht lange auf, sondern tauschen meistens die komplette Hauptplatine – so geschehen bei 43 Prozent der Umfrageteilnehmer (Bild 16). Display-Defekte treten mit 21 Prozent Häufigkeit relativ oft auf, gefolgt von Festplattenfehlern mit 14 Prozent. Dieser Wert erscheint gering, doch er besagt, dass jeder siebte unserer Umfrageteilnehmer Probleme mit der Festplatte hatte. Sie sollten das als Aufforderung an sich selbst verstehen und sich frühzeitig mit Backups vor einem Datenverlust schützen [5]. Bewegliche Teile sind anfällig, deshalb wundert nicht, dass nach Festplatte auch Gehäuse, Tastatur und optisches Laufwerk besonders oft Defekte zeigen.

Im Vergleich zu früheren Umfragen hat sich die Zahl der in der Umfrage gemeldeten Akkudefekte verdoppelt. Hier spielen wohl die zahlreichen Rückrufaktionen der letzten zwei Jahre mit

rein. Lenovo, Fujitsu, Dell, Toshiba und Apple haben 2006 Akkuerückrufe für mehrere Millionen Lithiumionenakkus von Sony gestartet. Früher als erwartet folgte der von Experten vorhergesagte nächste Rückruf: Im März 2007 traf es Sonys Konkurrent Sanyo, dessen Stromlieferanten in Lenovo-Notebooks ausgetauscht werden mussten – insgesamt über 200 000 Stück. Experten berichten außerdem, dass die Qualität einiger Lithiumionenakkus abgenommen hat, zum Beispiel durch die Verlagerung der Produktion nach China. Doch weder beim Notebook- noch beim Ersatzakkukauf hat der Kunde eine Chance, minderwertige Stromlieferanten zu entdecken.

Konsequenzen

Eine zuverlässig Methode, um Kunden zu verlieren, dürfte sein, beim Service und Support zu schlampfen. Der Umkehrschluss gilt leider nicht unbedingt, wie unsere Umfrage zeigt: Obwohl 68 Prozent mit dem Service zufrieden waren, wollen nur 43

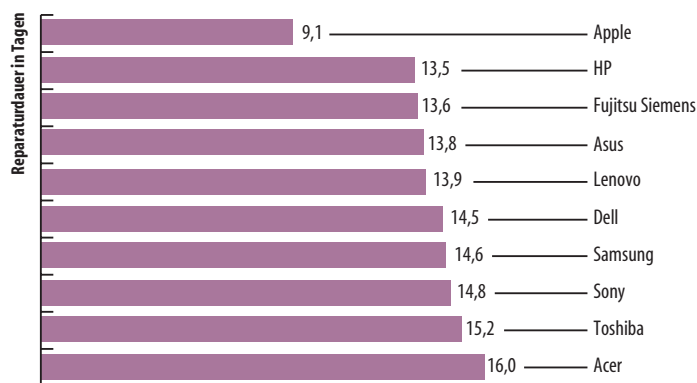


Bild 14: Reparaturdauer (ohne Vor-Ort-Service)
 Apple repariert Notebooks in durchschnittlich neun Tagen, die Konkurrenz braucht rund zwei Wochen dafür.

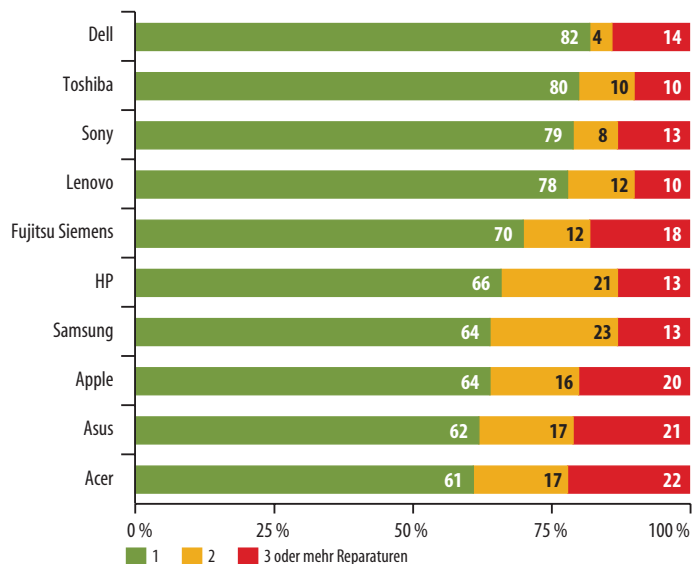


Bild 15: Anteil von Mehrfachreparaturen pro Hersteller
Die meisten Laptops kommen nach einem Service-Aufenthalt heil zurück, doch 20 bis 30 Prozent der Umfrageteilnehmer mussten ihr Gerät noch mindestens ein weiteres Mal reparieren lassen.

Prozent ihrer Notebook-Marke treu bleiben (Bild 17). Noch im vorigen Jahr lag der Anteil bei 51 Prozent. Bei Besitzern von Laptops, die einen Defekt zeigten, haben es die Hersteller also immer schwerer, auch beim nächsten Kauf mit den eigenen Produkten zu überzeugen. Branchenweit sind Besitzer defekter Notebooks mit geschätzten 5 bis 10 Prozent in der Minderheit. Das könnte zum Standpunkt verführen, dass einem die 90 bis 95 Prozent mit funktionierenden Notebooks wichtiger sind. Doch diese Argumentation übersieht, dass unzufriedene Kunden sehr motiviert sind, anderen von ihrem Missgeschick zu erzählen. Indem solche Kunden die Möglichkeiten des Internet nutzen, werden sie zu Meinungs-Multiplikatoren.

Gegen den Trend, die Marke eher mal zu wechseln, konnte sich über die zurückliegenden Jahre nur Dell stemmen (Bild 18). In der ersten Umfrage im Oktober 2003 wollten nur 50 Prozent der Dell-Kunden bei dieser Marke bleiben, in diesem Jahr wollen bereits 70 Prozent beim nächsten Kauf wieder zu Dell greifen, obwohl ihr jetziges Gerät mindestens einen Defekt hatte. Die Kundentreue für die anderen Marken liegt deutlich darunter.

Auch Sony konnte in diesem Zeitraum zulegen, wenn auch nur leicht von 29 auf 36 Prozent. Den anderen Marken laufen die Käufer weg. Besonders bitter ist das für Apple. Jahr für Jahr kann das Unternehmen weniger Kunden binden, diesmal nur noch knapp über 50 Prozent, 2003 lag

die Zahl der Getreuen noch bei über 80 Prozent. Neben Apple galt früher IBM mit den ThinkPads als Garant für markentreue Kunden. Das ändert sich: Mit der schlechteren Service-Note fiel auch die Bereitschaft, das nächste Mal zu einem solchen Gerät zu greifen. Seit IBMs Verkauf der Notebook- und PC-Sparte an Lenovo fiel die Markentreue zu den ThinkPads von 85 auf 63 Prozent ab.

Am Beispiel Asus sieht man die Auswirkungen eines überforderten Service und Support deutlich. Noch 2004 belegte das Unternehmen den ersten Platz in der Kundenzufriedenheit. In der Zeit danach baute der Service-Bereich ab, und Asus hat das bis heute nicht im Griff. Die Quittung folgte auf dem Fuße, denn von denjenigen, deren Asus-Notebook defekt war, würden nur noch 13 Prozent dem Unternehmen treu bleiben. Auf ähnlich niedrigem Niveau liegen Medion, von denen unter anderem die Aldi-Notebooks stammen, und Acer. Service- und Support-Qualität von Acer rechtfertigen diese geringe

Markentreue nicht unbedingt. Eine Erklärung könnte darin liegen, dass Acer seine Notebooks äußerst günstig verkauft und diese Klientel eher auf den Geldbeutel achtet als auf die Marke.

Fazit

Die Wahrscheinlichkeit für einen Sechser im Lotto beträgt rund 1:6 000 000 (ohne Superzahl), trotzdem hoffen jede Woche Millionen Deutsche auf ihr Glück. Die Wahrscheinlichkeit, ein defektes Notebook zu erwischen, beträgt 1:20, trotzdem hoffen Millionen Deutsche, dass es nur den anderen passiert. Dieses widersprüchliche, wohl typisch menschliche Verhalten spielt Unternehmen in die Hand, die ihre Notebooks allein nach dem Preis vermarkten. Fragt da jemand nach Service?

Unsere Umfrage liefert die Daten, um Service und Support in die Kaufüberlegung mit einzubeziehen. Geht es allein nach Hotline und Reparatur, würde man bei Schlusslicht Asus noch einige Zeit warten, bevor man dem Unternehmen wieder ein Notebook abkauft. Seit zwei Jahren bekommt Asus diese Abteilungen nicht in den Griff. Das soll an den gestiegenen Verkaufszahlen der Laptops liegen. Ob das Chaos vollends ausbricht, wenn der Eee PC endlich in Stückzahlen lieferbar wird und damit die Verkaufszahlen nach oben schnellen lässt?

Im langjährigen Vergleich sehen wir, wer Service und Support ernst nimmt. Dell hat seine Abteilungen diesbezüglich mit Erfolg ausgebaut und liegt unangefochten auf Platz eins. Seit Jahren sind die Umfrageteilnehmer hoch zufrieden mit diesem Notebook-Anbieter. Gleich dahinter kommen Lenovo und Toshiba. Was bei Toshiba nach

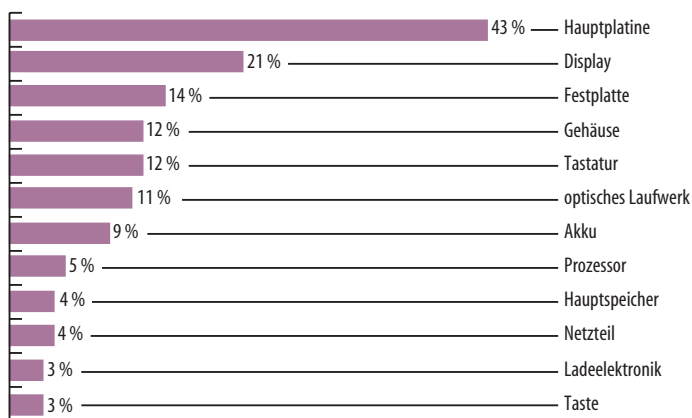


Bild 16: Ausgetauschte Komponenten
Display- und Mainboard-Tausch stehen ganz oben auf der Reparaturliste, auch mechanisch anfällige Komponenten werden oft ersetzt.

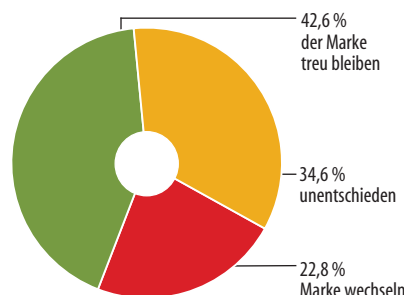


Bild 17: Markentreue bei Besitzer defekter Notebooks
Weniger als die Hälfte derer, die einen Notebook-Defekt erlebten, wollen beim nächsten Kauf der Marke treu bleiben.

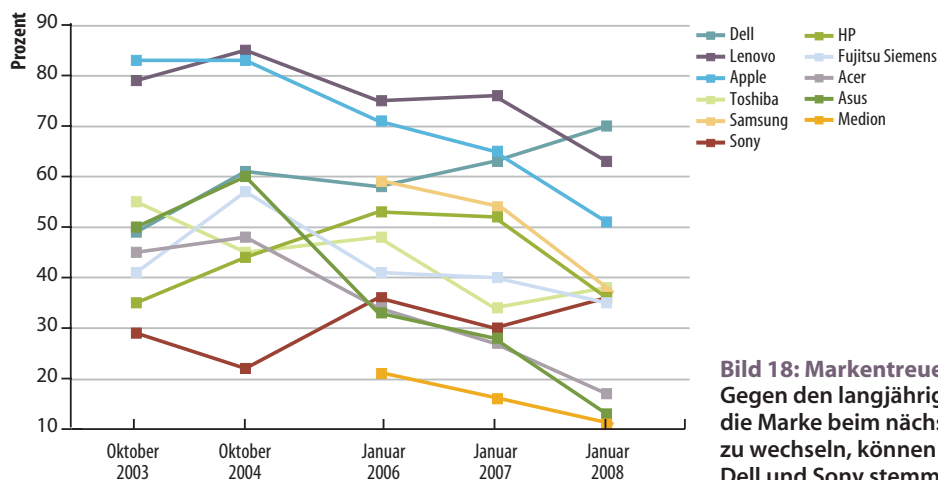


Bild 18: Markentreue seit 2003
Gegen den langjährigen Trend, die Marke beim nächsten Kauf zu wechseln, können sich nur Dell und Sony stemmen.

dem miserablen Abschneiden im vorigen Jahr als Erfolg zu verbuchen ist, sieht bei Lenovo anders aus, denn seit der Übernahme der ThinkPad-Sparte von IBM zeigt der Trend nach unten, Spitzenplätze in der Kundenzufriedenheit wie früher sehen wir heute nicht mehr.

Von Sony-Notebooks mussten wir jahrelang abraten, weil

die Service- und Support-Noten extrem schlecht waren. Das Unternehmen hat reagiert und gerade so den Aufstieg ins Mittelfeld geschafft. Das lässt noch viel Luft nach oben, doch die oft innovativen Vaio-Modelle können jetzt auch Nutzer, die auf guten Service bedacht sind, endlich in die engere Wahl einbeziehen.

Die Umfrage zeigt deutlich, dass Anwender mit Vor-Ort-Service-Reparatur die zufriedeneren Kunden sind. Wer auf seinen Laptop angewiesen ist, der sollte sich den Aufpreis für diese Support-Option gönnen. Noch im vorigen Jahr sahen wir große Unterschiede zwischen Service und Support für Besitzer von Consumer- und Business-Lap-

tops – und das, obwohl so manche Consumer-Geräte wesentlich mehr kosten als Business-Laptops. In diesem Jahr stempelt nur HP die Consumer-Notebook-Besitzer deutlich zu Kunden zweiter Klasse ab. Wenn schon HP, dann also lieber Compaq-Geräte als Pavilion-Notebooks. (jr)

Literatur

- [1] Jürgen Rink, Ratlose Kunden, Notebook-Nutzer bewerten Service und Support, c't 6/07, S. 146
- [2] Georg Schnurer, Wartezeiten, Eine Festplatte auf Abwegen, c't 4/07, S. 76
- [3] Georg Schnurer, Mein Geld, dein Geld, Wie die T-Com mit Kundengeldern wirtschaftet, c't 10/07, S. 78
- [4] Georg Schnurer, Hin und Her, Widersprüchliche Angaben zur Garantie, c't 15/07, S. 72
- [5] Jo Bager, Axel Vahldiek, Backup per Knopfdruck, Eigene Dateien unter Windows sichern, c't 8/03, S. 160

ct