

# Der Boom der Flachbildfernseher überfordert die Hersteller

TV-Käufer werden bei technischen Problemen schlecht beraten – Nur Panasonic, Samsung und Toshiba schneiden im Service-Test mit „gut“ ab

Von Thomas Jüngling

benzen – Mit dem rasanten Wachstum des Marktes für Flachbildfernseher kommt so mancher Hersteller nicht mit – zumindest was den Service angeht. Das hat das Deutsche Institut für Service-Qualität in einer Studie ermittelt, die es an diesem Mittwoch vorstellt. Untersucht wurden die Qualität telefonischer Beratung, des E-Mail-Verkehrs sowie die Internetauftritte von 14 Herstellern. Das Fazit ist ernüchternd: „Die TV-Hersteller schaffen es leider nicht, mit Kompetenz zu überzeugen und ihre Produkte für jedermann verständlich zu erklären“, sagt Institutsleiter Marko Hamer.

Gesamtsieger ist Panasonic, es folgen Samsung und Toshiba sowie Sony, Philips und Medion. Schlusslichter sind LG, Orion und Grundig. Lediglich die ersten drei der Rangliste erreichten die Gesamtnote „gut“. Orion und Grundig kamen nur auf „ausreichend“. Der Umsatz mit LCD-Fernsehern wuchs im ersten Quartal dieses Jahres um 30 Prozent gegenüber dem Vorjahr.

Die größten Mängel haben die Tester bei telefonischer Gesprä-

chen gefunden. Für Laien war nur etwa die Hälfte der Gespräche nachvollziehbar. Das lag zum einen an fehlender Kompetenz der Hotline-Mitarbeiter, zum anderen an der geringen Kommunikationsqualität. Am besten abgeschnitten hat Samsung, die Tester trafen hier auf die kompetentesten Mitarbeiter.

Bei etwa einem Drittel der Gespräche reagierte der Berater unfreundlich. Als Beispiel führt das Service-Institut den Dialog eines Testers mit einem Orion-Kundenberater an. Auf die Aussage des Anrufers, dass er einen Wickelkontakt aufgrund eines gelockerten Steckers am Fernseher habe, antwortete der Mitarbeiter: „Ja, nehmen Sie einfach Ihre linke und rechte Hand und drücken ihn rein in den Fernseher, dann ist er nicht mehr lose.“

In der Regel kosten solche Anrufe 14 Cent pro Minute, nur Philips bietet eine kostenlose Hotline an. Durchschnittlich mussten Anrufer mehr als 40 Sekunden warten, bis sie durchgestellt wurden. Bei Toshiba waren es lediglich sechs Sekunden. Nicht bewerten konnten die Tester die Hersteller HANNSPREE und SEG – beide keine telefonische Beratung an.

Servicequalitäten von TV-Herstellern



Erwas besser schnitt der E-Mail-Verkehr mit den Unternehmen ab. Aber auch hier fanden die Tester viele Mängel: Nur etwa die Hälfte der E-Mail-Anfragen haben die Hersteller vollständig beantwortet. Dazu kommen ein zuweilen ruppiger Ton sowie in drei Viertel der Antworten grammatikalische und orthografische Fehler. Nur in 30 Prozent der Testfälle reagierte die Serviceabteilung des Herstellers in-

nerhalb von 24 Stunden auf die Anfrage. Am schnellsten antwortete LG (etwa fünf Stunden), am langsamsten war Sharp mit mehr als 60 Stunden. Stattdessen 36 Prozent der Anfragen wurden gar nicht beantwortet.

Für seinen Internetauftritt bekam nur der Hersteller Panasonic die Note „gut“, alle anderen schnitten mit „befriedigend“ oder schlechter ab. Kritik gab es vor allem daran, dass die Seiten nicht intuitiv zu bedienen und unübersichtlich seien. Die Struktur der angefragten Informationen konnte jeder dritte Tester nicht nachvollziehen.

Annahmen sind die Seiten von Panasonic und Sharp, dem Anbieter mit der bedienungsfreundlichsten Seite. Inhaltlich zeichnete sich vor allem die Webseite von HANNSPREE aus, die eine Fülle allgemeiner Informationen übersichtlich darstellt. Manche Hersteller verzichten sogar auf Standard-Funktionen wie die Händlersuche. Trotz seines schlechten Abschneidens bietet Grundig eine Funktion an, die bei allen anderen nicht auf der Internetseite zu finden ist: eine explizite Beschwerdemöglichkeit für Kunden.



Nicht nur auf Messen ein Renner: Flachbild-Fernseher