

Jürgen Rink

Ratlose Kunden

Notebook-Nutzer bewerten Service und Support

Kaufpreis und Ausstattung allein sind schlechte Ratgeber für die Notebook-Wahl. Auch die Service-Qualität des Unternehmens sollte meinungsbildend sein, denn die empfindlichen Geräte fallen öfter aus als Desktops – und das nicht nur unterwegs im harten Mobilalltag. Wir schauten deshalb dem Notebook-Service und -Support auf die Finger und zeigen, welchen Marken man trauen darf.



Das eigene Notebook war noch nie defekt, Probleme haben immer nur die anderen? Glück gehabt, denn jeden Tag müssen in Deutschland mehrere hundert Mobilgeräte in die Werkstätten. Zahlreiche Meldungen an unsere Rubrik „Vorsicht Kunde“ (vorsichtkunde@ctredaktion.de) widerlegen die Mär von den bedauerlichen Einzelfällen. Hinhalten, verschleppen, den Ahnungslosen geben – diese Strategien der Service- und Support-Abteilungen beschreiben uns viele Leser, die Service-Probleme an c't melden.

Siegfried K. kaufte Ende April 2004 für 999 Euro bei Aldi ein Medion-Notebook, das im November 2005 Bluescreens und Streifen im Display zeigte. Zwei erfolglose Werkstattaufenthalte und unzählige E-Mails und Anrufe später gibt Siegfried K. im Januar 2007 auf. Er bleibt auf seinem defekten Notebook sitzen. Ständig wechselnde Ansprechpartner, die zum Teil völlig ahnungslos waren und ein unfähiger Reparatur-Service führten hier genauso zum Chaos wie der Wohnsitz von Siegfried K. in Spanien. Siegfried K. hat die 999 Euro schon in den Wind geschrieben. Medion entgegnet, dass der Kunde den Fehler erst nach 19 Monaten gemeldet habe und dass man auch nach mehreren Werkstattaufenthalten keinen Hardware-Defekt feststellen konnte. Eine Wandlung käme deshalb nicht in Frage.

Um zu erfahren, wer kompetent berät und repariert, haben wir die heise-online-Leser nach ihren Erfahrungen mit Händlern und Herstellern befragt: Wer hat den Service und Support im Griff? Wer repariert ein Notebook zügig? Müssen Kunden von Consumer-Notebooks einen schlechteren Service in Kauf nehmen als Besitzer von Business-Modellen? Weil die Studie bereits zum vierten Mal läuft, können wir den Notebook-Service auch über die Zeit bewerten und aufzeigen, auf wen dauerhaft Verlass ist.

Die diesjährige Umfrage umfasst Notebooks, die zwischen Januar 2004 und Januar 2007 gekauft wurden. Insgesamt 1968 verwertbare Datensätze gaben die heise-online-Leser vom 12. bis 21. Januar 2007 ab. Die Ergebnisse sind nicht repräsentativ, sondern beziehen sich auf die eher technikinteressierte Leserschaft von heise online. Diese be-

vorzugt durchaus andere Notebooks als die Masse: Zwar liegen die elf führenden Anbieter in Deutschland auch in unserer Umfrage auf den vorderen Plätzen, aber in anderer Rangfolge (Bild 1): Apple-Notebooks sind unter den Umfrageteilnehmern deutlich beliebter (13 statt 2 Prozent), Medion-Notebooks dagegen weniger (2 statt 10 Prozent). Die elf zusammen bilden 82 Prozent des Testfelds, die restlichen 8 Prozent haben wir unter Sonstige zusammengefasst.

Die meisten Teilnehmer nehmen ihren Laptop öfter als zwei Mal pro Woche unterwegs mit und sitzen länger als 20 Stunden pro Woche davor – vieles spricht dafür, dass solche Anwender den Laptop als Hauptrechner nutzen (Bild 2, 3). Knapp die Hälfte nutzt das Notebook sowohl beruflich als auch privat, etwa ein Drittel überwiegend privat (Bild 4).

Lotto spielen statt Vorsorge

Wenn das Notebook nicht mehr will, dann musste das gute Stück meistens tatsächlich zur Reparatur (Bild 5). Bei Desktop-PCs gelingt die Fehlerbehebung vielleicht zu Hause, eventuell mit Hilfe der Hotline, doch bei Notebooks ist das so gut wie unmöglich. Etwa fünf Prozent der Anwender arrangierten sich mit dem Fehler und verzichteten hauptsächlich deshalb auf eine Reparatur, weil sie ihr Gerät dringend brauchen oder mit dem Fehler leben können. Dieses Verhalten hat womöglich unangenehme Folgen, denn der Fehler kann sich im Lauf der Zeit verschlimmern, sodass letzten Endes doch eine Reparatur ansteht. Der Service verweigert dann eventuell die kostenlose Reparatur mit dem Hinweis darauf, dass man

den Fehler nicht rechtzeitig gemeldet hat. Wenn die Garantie- oder Gewährleistungszeit abgelaufen ist, bleibt man sowieso auf den Kosten sitzen. Jeder nicht behobene Fehler verringert außerdem den Wiederverkaufswert.

Weil wir nur Notebooks zuließen, die ab 2004 gekauft wurden, fielen 96 Prozent der Reparaturen unter die Gewährleistung oder Garantie und waren somit kostenlos. Die durchschnittliche Garantiedauer gaben die Teilnehmer mit knapp zwei Jahren an – mit weniger sollte man sich nicht zufrieden geben. Vorsicht vor dem Kleingedruckten: Für Akkus gelten weitaus kürzere Garantiezeiten, meist nur ein Jahr. Weil Akkus unweigerlich altern, ist das nachvollziehbar. Nicht aber, wenn der Akku schlechter geredet wird, als er ist, wie das folgende Beispiel zeigt.

Michael F. aus Pullach wunderte sich bei seinem neuen Toshiba Satellite P100 darüber, dass der Akku bei ausgeschaltetem Gerät nach wenigen Tagen komplett leer war. Sowohl die von Toshiba beauftragte Werkstatt als auch Toshiba gaben zu Protokoll, das sei völlig normal, ein Lithiumionen-Akku entlade sich nun mal. Toshiba gab uns gegenüber zu, dass genauere Angaben notwendig seien, nach wie vielen Stunden oder Tagen sich der Akku entlädt und ob er sich im Notebook oder außerhalb des Gerätes befindet. Man wolle sich aber mit dem Kunden in Verbindung setzen. Auf Nachfrage von c't gab Toshiba die Ergebnisse eigener Messungen bekannt: Ein Akku im Satellite P100 verliert fünf Prozent Ladung am Tag, ein herausgenommener Akku weniger als ein Prozent pro Tag – bessere Werte, als Michael F. angab. Nachdem uns ein weiterer Leser von einem Satellite

P100 berichtete, dessen Akku nach fünf Tagen komplett leer war, liegt der Verdacht nahe, dass nicht nur diese beiden Kunden betroffen sind.

Wer sein Notebook täglich braucht, tut gut daran, einen zusätzlichen Service-Vertrag abzuschließen. Bezahlbar sind etwa drei Jahre, das sahen 18 Prozent der Umfrageteilnehmer so, die einen solchen Vertrag abgeschlossen haben und dafür im Schnitt 188 Euro zahlten. Natürlich macht es wenig Sinn, den Vertrag über die geplante Nutzungsdauer hinaus abzuschließen.

Wer unbedingt auf sein Notebook angewiesen ist, sollte sich überlegen, einen Service-Vertrag mit Vor-Ort-Service zu kaufen. Obwohl dies die Kosten auf 220 Euro erhöht, entschieden

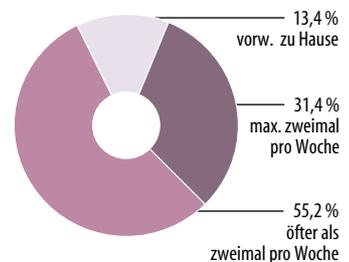


Bild 2: Mobiler Einsatz Nur wenige Notebooks bleiben zu Hause, die meisten Anwender gehen alle paar Tage mit dem Rechner auf Reisen.

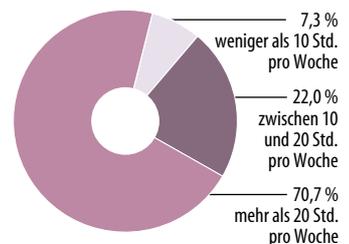


Bild 3: Dauerbetrieb Über zwei Drittel der Nutzer sitzen länger als 20 Stunden pro Woche am Notebook.

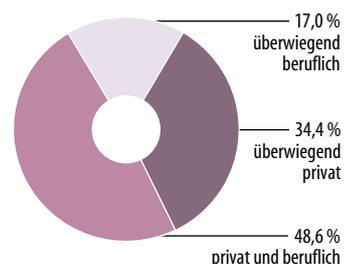


Bild 4: Private Nutzung Nur wenige nutzen das Notebook ausschließlich beruflich.

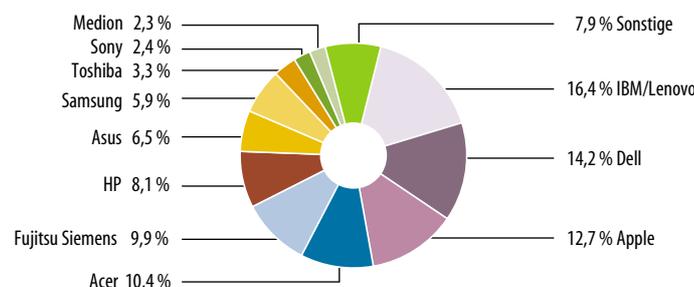


Bild 1: Markenanteil Die elf führenden Anbieter in Deutschland liegen auch in unserer Umfrage auf den vorderen Plätzen, aber in anderer Rangfolge: Die Masse bevorzugt (absteigend) Fujitsu Siemens, Acer, Medion, HP und Dell.

sich 44 Prozent derer, die einen Zusatzvertrag abschließen, für diese Option.

Eventuell ist der Mobilrechner so wichtig, dass im Schadensfall schnell ein Austauschgerät bereitstehen muss. Nur 9 Prozent der Standardgarantieverträge schließen dies mit ein, aber 21 Prozent der Service-Vertrag-Inhaber wählten diese Option. Offenbar hat sich herumgesprochen, wie wichtig eine ausreichende Garantie ist.

Warum braucht man eigentlich einen teuren Garantievertrag, wenn doch das Gesetz zwei Jahre Gewährleistung verspricht, die keinen Aufpreis kostet? Zum einen gilt die Gewährleistung de facto nur ein halbes Jahr, weil sich die Händler danach wegen der Umkehrung der Beweispflicht aus der Verantwortung stehlen können, zum anderen gehört zur Gewährleistung weder ein Vor-Ort-Service noch ein Austauschgerät. Wie man Garantie und Gewährleistung im Service-Fall geschickt einsetzt wenn's klemmt, haben wir im Kasten „Garantie oder Gewährleistung“ zusammengefasst.

Leider besetzt

Wenn das Notebook zickt, greifen die meisten nach wie vor zum Telefon: 71 Prozent wollen einen Service-Partner, der Rede und Antwort steht, nur 11 Prozent schickt eine E-Mail oder ein Fax. Die restlichen 18 Prozent feuerten mit allen drei Kommunikationsmitteln auf den Sup-

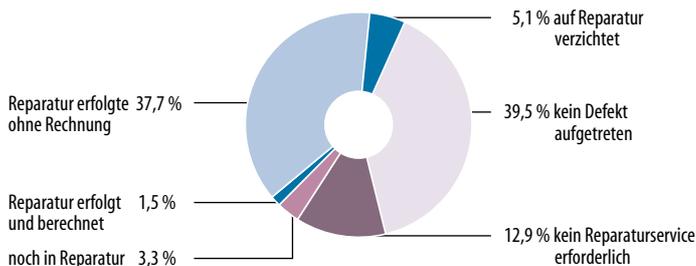


Bild 5: Reparaturstand Über 60 Prozent der Umfrageteilnehmer meldeten einen Defekt am Notebook; meistens musste das gute Stück deshalb zur Reparatur.

port, einige davon notgedrungen, weil sie kein Gehör fanden.

Für die Kunden mag das Telefon Vorrang haben, für die Unternehmen nicht unbedingt: Ständig besetzte Gegenstellen, ein Sprachcomputer mit nicht enden wollenden Verzweigungsfragen oder stundenlang dudelnde Pausenmusik sorgen für Frust. Kein Wunder daher, dass mit der notwendigen Zahl der Kommunikationsmittel der Anteil der enttäuschten Kunden steigt: Wenn zusätzlich zum Telefon noch Fax und E-Mail notwendig sind, verdoppelt sich die Zahl der Frustrierten von 17 auf 34 Prozent.

Von nicht erreichbaren Hotlines berichten viele Kunden. Einer der Leidtragenden war Holger K., der versuchte, sich wegen eines defekten Displays per E-Mail an den HP-Support zu wenden. Nach zwei Monaten kam die erste Reaktion von HP mit unqualifizierten Fragen zum Betrieb eines externen Monitors. Trotz weiterer Kontaktversuche

mittels des modernen Kommunikationsmediums E-Mail hielt sich HP den Kunden erfolgreich vom Leib. Entnervt griff Holger K. zum Telefon, um einen Service-Mitarbeiter anzurufen und ihm den Fall zu schildern. Ersteres gelang nach einiger Zeit, letzteres nicht, weil der Mitarbeiter nur gebrochen Deutsch sprach. Offenbar war das aus Kundensicht keine gute Idee, Teile des HP-Service nach Osteuropa zu verlegen. Auch der enorm gestiegene Notebook-Absatz im letzten Jahr könnte zu einem überforderten Service geführt haben.

Holger K. wird der HP-Beratung wohl keine gute Note geben (Bild 6). Anders die Kunden von IBM/Lenovo und Dell, von denen über 80 Prozent mit dem Support zufrieden sind. Dell will den Kundensupport mit dem Angebot Presto seit Januar weiter ausbauen: Anwender können sich an www.dell.de/presto mit nahezu beliebigen PC-Problemen wenden. Diese Dienstleistung lässt sich Dell natürlich bezahlen. Auch Samsung und Fujitsu Siemens helfen meist kompetent weiter. Das große Mittelfeld aus Apple, HP, Acer, Medion und Asus hinterlässt nur 54 bis 62 Prozent

zufriedene Kunden. Asus konnte damit nach dem verheerenden Abschneiden letztes Jahr also zumindest bei der Hotline wieder etwas Boden gut machen.

Bei den Schlusslichtern Toshiba und Sony haben die Umfrageteilnehmer mehr schlechte als gute Erfahrungen mit der Hotline gemacht. Dieses an sich erschreckende Ergebnis darf man bei beiden allerdings nur als Trend verstehen, denn mit drei Prozent respektive zwei Prozent Markenanteil von Toshiba und Sony in dieser Umfrage ist die Zahl der Bewertungen sehr gering.

Auch Reinhard P. gehört zu denen, die genug von der Hotline haben. Sein Asus-Notebook musste wegen des gleichen Fehlers drei Mal zur Reparatur. Der Hinweis in der Asus-E-Mail, die die RMA-Nummer enthielt, dass man sich jederzeit über den Stand der Reparatur informieren könne, war wenig hilfreich, weil der Link nicht funktionierte. Auf der richtigen Service-Seite kam P. auch nicht weiter, denn dort war die RMA-Nummer unbekannt. Reinhard P. wartete mehrere Wochen, bevor er per Mail nachfragte. Man ahnt es schon, eine Antwort bekam er nicht. Nach längerem Warten mit Musik sagte ihm ein Service-Mitarbeiter, dass das Gerät eingegangen ist und die Reparaturen in der Reihenfolge des Eingangs bearbeitet werden. Dieses Spiel wiederholte sich mehrmals, sobald Reinhard P. nachhakte.

Asus glänzt zwar nicht mit kompetenter Hotline, bürdet dem Kunden aber mit drei Euro die geringsten Telefonkosten auf (Bild 7). Das Kompetenzteam IBM/Lenovo, Dell, Samsung und

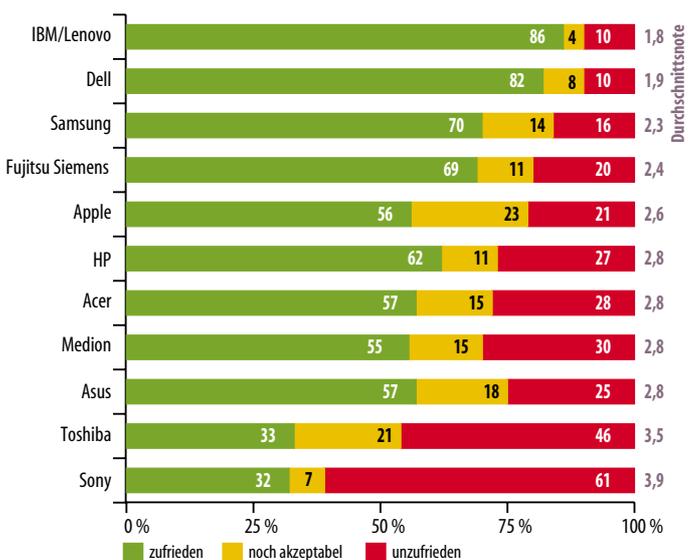


Bild 6: Hotline-Kompetenz IBM/Lenovo und Dell liefern erstklassigen Support, auch Samsung und Fujitsu Siemens haben vorwiegend qualifizierte Hotline-Mitarbeiter.

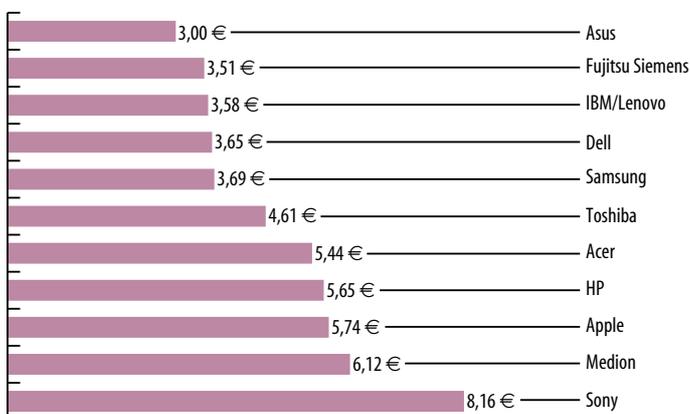


Bild 7: Hotline-Kosten Die Kosten für die Hotline steigen mit der Anzahl der Anrufe oder wenn zusätzliche Gebühren dazukommen.

Fujitsu Siemens begrenzt die Kosten auf unter vier Euro, bei den anderen Unternehmen kostet der Hotline-Kontakt zwischen vier und sechs Euro. Nur Schlusslicht Sony bittet kräftig zur Kasse: Die Umfrageteilnehmer gaben im Schnitt 8,16 Euro aus.

Reparaturversuche

Wir fragten ganz pauschal, wie zufrieden die Kunden mit der Reparatur waren (Bild 8). Immerhin zwei Drittel der Befragten vergab gute Noten, etwa ein Viertel hatte am Ablauf oder Ergebnis der Reparatur was auszusetzen, zum Teil mit haarsträubenden Fällen.

Dell konnte sich zum ersten Mal an die Spitze setzen mit 87 Prozent zufriedenen Kunden (Bild 9). Auch Lenovo bestätigte den guten Ruf beim Service mit dem zweiten Platz und 82 Prozent erfolgreich absolvierter Service-Fälle. Offenbar hat der Service, den nach wie vor IBM leistet, unter der Lenovo-Übernahme nicht gelitten. Samsung kann

sich an dritter Stelle behaupten, hat aber bereits deutlich mehr unzufriedene Service-Kunden. Samsung beauftragt unter anderem Teleplan mit der Reparatur und da klemmt es ab und an.

Das Mittelfeld bilden HP, Apple, Fujitsu Siemens, Medion, Sony und Acer. Zunächst hat uns verwundert, dass uns in letzter Zeit erstaunlich viele Beschwerden über miesen HP-Service und -Support erreichen, die Umfrageteilnehmer das jedoch anders sehen [3]. Ein genauer Blick auf die Ergebnisse klärt den scheinbaren Widerspruch: Von den 22 Prozent Notebook-Besitzern, die mit dem Service nicht einverstanden waren, vergaben fast alle die schlechteste Note 6. Bei den anderen Marken entscheiden sich viele Unzufriedene dagegen für die Note 5. Wenn bei HP also was schief geht, dann richtig, und umso motivierter sind solche Kunden dann, sich an die Öffentlichkeit zu wenden.

Wie zum Beispiel Daniela F., deren HP Pavilion zv6180EA 13

Monate nach dem Kauf im September 2006 einen dunklen Fleck auf dem Display zeigte. Nach einigem Hin und Her wie falschen Abholzeiten und nicht erfolgten Rückrufen hielt sie das Notebook drei Monate später am 8.1. wieder in Händen. Doch das Gerät kam unrepariert aus Großbritannien zurück, obwohl laut HP das Display getauscht worden sein sollte. Alle Kontaktversuche von Daniela F. blieben danach erfolglos. Auch eine von ihr gesetzte Frist zum 19.1. ließ HP verstreichen. Wir fragten bei HP Mitte Januar nach, aber auch wir wurden mit Nichtbeachtung bestraft. Erst als wir die Veröffentlichung bekannt gaben, erhielten wir Mitte Februar eine Reaktion: HP bedauert den Fall und weist darauf hin, dass die Kundin nach einer erneuten Reparatur am 15. Februar bestätigt habe, dass das Notebook einwandfrei funktioniere – nur war auch der dafür notwendige Reparaturvorgang von Pannen begleitet, wie uns Daniela F. schil-

derte: Termine wurden nicht eingehalten und UPS hatte keine Verpackung dabei, obwohl HP verlangt, das Notebook unverpackt abzugeben.

Am wenigsten waren die Umfrageteilnehmer mit Asus und Toshiba zufrieden. Asus hat immer noch Probleme damit, Notebooks kompetent instand zu setzen [1]. Der Absturz von Acer von einem oberen Platz im Mittelfeld in die Unterklasse könnte mit dem rasanten Anstieg der Verkaufszahlen in den letzten Jahren zusammenhängen. Offenbar hält der Service und Support nicht Schritt, oder Acer nimmt möglicherweise bewusst Kundenärger in Kauf, um trotz der extrem günstigen Notebook-Preise seinen Gewinn einzufahren. Kürzlich hat Acer ein verändertes Service-Konzept angekündigt sowie den Einstieg ins Großkundengeschäft. Ob damit ein besserer Service einhergeht, wird abzuwarten sein.

Wie chaotisch es bei Acer zugeht, musste Jan G. feststellen.

Unabhängige Reparaturwerkstätten und Selbsthilfe

Droht eine teure Reparatur, weil weder Gewährleistung noch Garantie greifen, dann ist die Service-Abteilung des Notebook-Herstellers nicht die einzige mögliche Adresse. Oft lohnt eine Anfrage bei einer unabhängigen Werkstatt. Die Auswahl im deutschsprachigen Raum ist groß, etwa fünfzig von ihnen haben wir in heise mobil gelistet [2]. Viele der Unabhängigen erheben einen Kostenvoranschlag zwischen 30 bis 60 Euro, der im Fall einer Auftragsvergabe angerechnet wird. Ob sich das Einsenden des Notebooks zwecks Kostenvoranschlag lohnt, klärt oft schon ein Telefongespräch vorab.

Aussagen darüber, um wie viel günstiger oder teurer eine unabhängige Werkstatt ist, sind schwer möglich. Solche Werkstätten müssen mit den Reparaturen Geld verdienen, deshalb sollte man keine Dumping-Preise erwarten. Andererseits sind die Unabhängigen motivierter als die Service-Abteilungen der Notebook-Unternehmen, denn schließlich handeln sie nicht mit Notebooks, sondern mit Reparaturen. In Einzelfällen kann es auch vorkommen, dass eine

kleine Werkstatt viel günstiger als der Hersteller repariert, weil diese zum Beispiel das fehlende Display-Teil organisieren kann, der Hersteller aber den kompletten Display-Deckel in Rechnung stellen will.

Die Beschaffung der benötigten Ersatzteile ist die große Unbe-

kannte bei unabhängigen Service-Unternehmen. Einige von ihnen haben sich zusammengeschlossen, um sich gegenseitig auszuweichen, einige wenige Lieferanten wie PowerSource online stehen ihnen zusätzlich zu den Notebook-Unternehmen zur Verfügung. Manche Werkstatt sucht sich zudem billige

defekte Notebooks in Online-Auktionen als Ersatzteillager zusammen – eine Möglichkeit, die auch technisch versierten Anwendern offensteht, wenn sie ihr Notebook selbst reparieren wollen.

Allerdings sollte nur der am Notebook schraubende, der Erfahrung mit PC-Hardware und feinmechanischen Komponenten mitbringt. Wer nicht genau weiß, was er da tut, welche Funktion die 30 Schrauben und die Folienstecker haben und wie die Plastikabdeckungen ineinander stecken, sollte die Finger vom Laptop lassen – oder sich gedanklich schon mal auf den wohl notwendigen Notebook-Kauf einstellen. Dell und Lenovo veröffentlichen detaillierte Beschreibungen zum Tausch von Komponenten, aber die meisten anderen Unternehmen geben sich zugeknöpft. Eine Initiative von Werner Heuser auf <http://repair4laptop.org> hilft Notebook-Besitzern beim Basteln, indem sie Verweise zu Reparaturanleitungen sammelt. Tipps für weitere Notebook-Puzzles sind willkommen.

The screenshot shows the PowerSource Online website interface. At the top, there are navigation tabs: Home, Buy, Sell, Service & Repair, and Solutions. Below the navigation is a search bar with a dropdown menu set to 'Parts/Equipment' and a 'Go' button. The main content area features a large banner with the text 'Global Marketplace for Buyers and Sellers of new, used and refurbished computer, printer and networking parts and equipment'. Below the banner, there are two main sections: 'Resellers, Brokers & Service Companies' and 'Stocking Vendors'. The 'Resellers' section includes a sub-section 'The Power to source from trusted vendors' and a list of benefits: 'Source spare parts and equipment quickly', 'Post and view Want to Buy classifieds', 'Post and view For Sale classifieds', and 'Send and receive email broadcasts'. The 'Stocking Vendors' section includes a list of benefits: 'Feature your inventory online', '1000s of qualified buyers', 'Over a Million part searches per month', and 'Respond directly to buyer requirements'. There are 'Learn more' buttons for both sections.

Firmen wie PowerSource Online, die Notebook-Ersatzteile anbieten, stehen Privatkunden oft nicht zur Verfügung.

Jedes seiner im Lauf der Zeit gekauften drei Acer-Notebooks war defekt, kein einziges Mal klappte die Instandsetzung reibungslos. Ein wackeliges Display-Scharnier an Notebook eins führte zu einer vierwöchigen Reparatur, obwohl Acer die Reparaturdauer mit einer Woche angab. Erst mehrere Anfragen motivierten Acer zur Reparatur.

Als sein zweites Notebook, ein Travelmate 800LCi wegen eines angerissenen Deckelscharnier und einer funktionslosen IrDA-Schnittstelle zum Reparaturfall wurde, begann Jan G. nach den schlechten Erfahrungen mit Notebook eins ein lückenloses Logbuch zu führen: Einsenden des Notebooks am 21.3.2005; Hotline-Anruf am 10.4. mit Antwort, dass man auf Ersatzteile warte; erster Beschwerdebrief am 11.4. ohne Reaktion, zweiter Beschwerdebrief am 18.4. Danach meldete sich Acer und bot für eine Zuzahlung von 299 Euro das Nachfolgemodell Travelmate 8005 an. Jan G. akzeptierte und bekam nach insgesamt sieben Wochen das neue Notebook. Bei diesem funktionierte der DVD-Brenner nicht und das Hotline-Spiel ging von vorne los: Anrufe, Warteschleifen, keine Reaktion, Beschwerdebriefe. Acer konnte uns gegenüber nur zweier drei Fälle nachvollziehen und entschuldigte sich für die viel zu langen Wartezeiten.

Auch Christoph T. musste gegen den Acer-Service kämpfen. Weil der DVD-Brenner seines im April 2006 gekaufte Acer Aspire

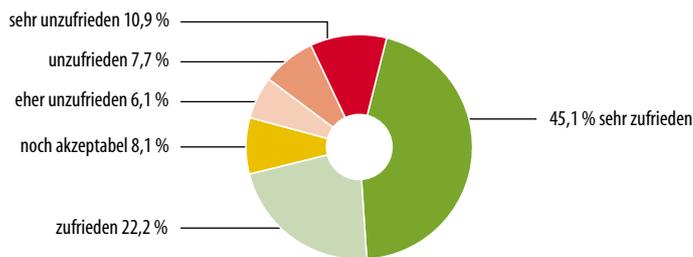


Bild 8: Erfolgreiche Reparatur Ein Viertel war unzufrieden mit dem Reparaturergebnis, aber immerhin knapp die Hälfte der Besitzer defekter Notebooks vergab die Bestnote für den Service.

3023WLMi keine DVD-Rohlinge beschreiben konnte, wandte er sich an Acers Support-Personal. Nach deren wiederholt vorgebrachten lapidaren Hinweis, er solle doch andere Rohlinge benutzen, beharrte Christoph T. auf einer Reparatur, denn natürlich hatte er schon längst verschiedene Medien getestet. Der Acer-Service tauschte, allerdings ohne Erfolg. Offenbar fand eine Qualitätskontrolle nicht statt.

Einige Zeit später musste Christoph T. den Laptop wegen eines Risses am Display-Scharnier ein weiteres Mal in die Hände des Acer-Service geben. Danach hatte das Aspire zwar ein neues Panel samt Deckel, doch an den Scharnieren stand das Panel unter Druck und zwischen Display und Deckelrand klaffte eine Lücke. Der Acer-Service behauptete stur, dass die Reparatur zufriedenstellend verlaufen sei. Zwei Nachbesserungen blieben ohne Erfolg. Ende letzten Jahres hatte Christoph T. genug und forderte einen Rücktritt vom Kaufvertrag, dem Acer

nach einigen Debatten zustimmte. Doch erst als Christoph T. mit Rechtsschritten drohte, bekam er nach vier Wochen sein Geld. Acer begründete die lange Zeit mit der Weihnachtspause und betonte auch, dass das Unternehmen hier Kulanz walten ließ: Weil der Kunde sein Gerät selbst aufgerüstet hatte, wäre eine Wandlung normalerweise nicht möglich gewesen.

Auch Toshiba liegt in der unteren Hälfte der Service-Rangliste. Dieses Unternehmen pflegt ein dezentrales Service-Konzept. Statt wie HP den Service ins billige Ausland zu verlagern, stehen in Deutschland zahlreiche externe Service-Partner bereit, die sich um die Geräte kümmern. Der Ansprechpartner vor Ort ist sicher besser als radebrechende Service-Mitarbeiter am Telefon – vorausgesetzt, Toshiba achtet auf das reibungslose Zusammenspiel mit den vielen unabhängigen Unternehmen und auch auf die Qualität dieser Betriebe. Mit beidem klemmt es derzeit, wie die folgenden Beispiele zeigen.

Matthias B. brachte sein im November 2005 gekauftes Toshiba Satellite M60-139 wegen einer defekten Festplatte sowie

Hitze- und WLAN-Problemen persönlich zu einem autorisierten Händler nach Duisburg. Eine Reparatur auf Garantie wurde ihm zugesichert.

Allerdings staunte Matthias B. nicht schlecht, als ihm die notwendige Reparatur umfangreicher Gehäuseschäden für 200 Euro angekündigt wurde. Diagnose: Gehäusebruch, Lackschäden, fehlender PC-Card-Einschub. Den Hinweis darauf, dass er das Gerät persönlich in einwandfreiem Zustand abgegeben habe, ließ der Service-Partner nicht gelten. Toshiba glaubte der Werkstatt, nicht dem Kunden und wimmelte die zahlreichen Anrufe von Matthias B. zum Teil unwirsch ab.

Erst auf Nachfrage von c't wurde Toshiba aktiv. Das Unternehmen entschuldigte sich für seinen Service-Partner, wies aber im gleichen Atemzug darauf hin, „... dass Toshiba für dieses Fehlverhalten nicht rechtlich zur Verantwortung gezogen werden kann, da durch die Auswahl der Werkstatt die Durchführung der Reparatur zwischen Servicepartner und Kunde individuell vereinbart wird.“ Toshiba erwartet also vom Kunden, zwischen Service-Schäden und Schäden sowie zwischen Garantie-Reparatur und Reparatur zu unterscheiden.

Wie es im Zusammenspiel von Toshiba und seinen Service-Partner knirscht, musste Frank M. feststellen. In seinem Satellite Pro U200 steckt ein Lithium-Ionen-Akku von Sony, der unter eines der zahlreichen Austauschprogramme der Notebook-Hersteller fällt [5]. Auf der eigens dafür eingerichteten Website beschreibt Toshiba detailliert,

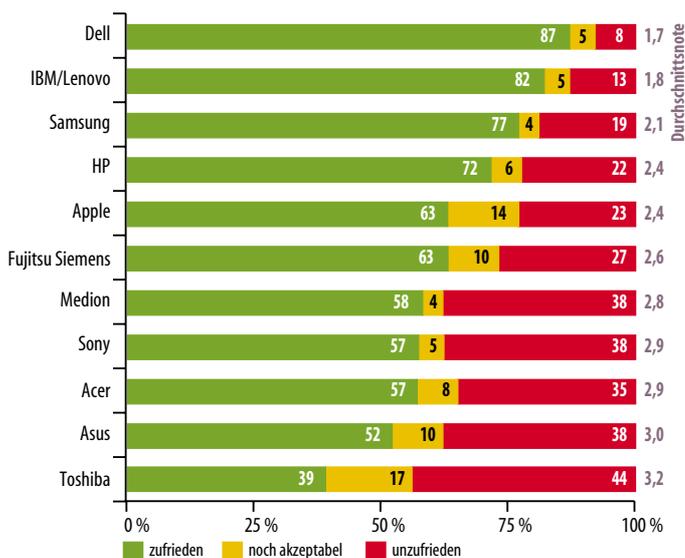


Bild 9: Hersteller-Rangliste Reparatur Besonders mit dem Toshiba- und Asus-Service waren die Notebookbesitzer unzufrieden; Dell und IBM/Lenovo wissen dagegen, wie man Geräte repariert.

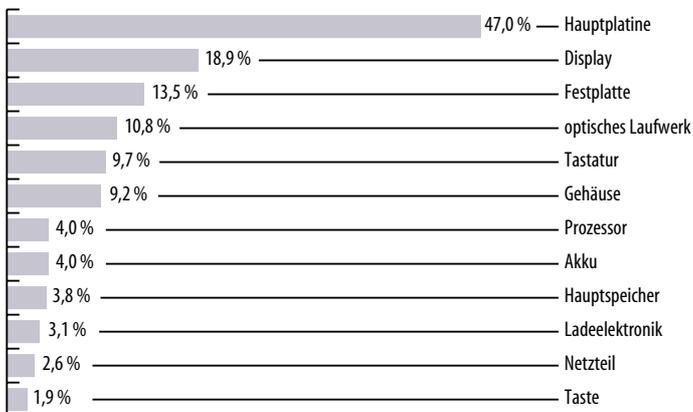


Bild 10: Ersatzteile Mit langer Fehlersuche halten sich die Service-Abteilungen nicht auf, sondern wechseln lieber gleich das Mainboard; auch das Display ersetzen sie häufig.

wie der Akkutausch vonstatten geht – nur hält sich das Unternehmen nicht daran: Frank M. rief die dort angegebene Hotline-Nummer an und bekam zu seiner Verblüffung mitgeteilt, dass das Austauschprogramm beendet sei. Mittlerweile seien die Service-Partner zuständig. Diesen rief Frank M. an und erfuhr, dass von einem Akkutauschprogramm nichts bekannt sei, dafür gäbe es eine Helpdesk-Nummer. Der Hinweis, dass er dort bereits angerufen habe, löste nur Kopfschütteln aus.

Mit der Aussage des Service-Unternehmens im Gepäck wandte er sich wieder an die Austausch-Hotline. Dort bekräftigte man, dass Toshiba nicht mehr zuständig sei, sondern der Service-Partner vor Ort. Frank M. wollte sich in seiner Not zunächst mit einem Trick behelfen und dem Service-Partner gegenüber den Akku als defekt melden und auf diese Weise einen kostenlosen Ersatzakku bekommen. Wir fragten nach: Toshiba unterscheidet feinsinnig zwischen einem Austauschprogramm vom 19. September 2006, das am 1. Februar 2007 gestoppt wurde, und einem zweiten Austausch, der am 28. September startete, aber noch läuft.

Der Kunde muss also erst einmal herausfinden, dass Akkutausch nicht gleich Akkutausch ist. Toshiba wies außerdem darauf hin, dass die Vorgehensweise des Kunden, den Akku als defekt zu melden, rechtlich nicht in Ordnung sei. Nur, was hätte der Kunde denn machen sollen, wenn sich weder Toshiba noch Service-Partner zuständig fühlen? Toshiba stellte dann noch

fest, dass der Akku von Frank M. sogar unter das Austauschprogramm 2 fällt, er also auf jeden Fall Anspruch auf einen kostenlosen Ersatz hat. Danach folgte eine Entschuldigung und Toshiba versprach, den Akku nachzuliefern.

Wie lange? Wie oft?

Die Reparaturdauer hängt nicht nur von den Fähigkeiten des Service ab, sondern auch davon, was am Notebook defekt ist. In 23 Prozent der Service-Fälle ließ sich das Notebook nicht einschalten oder das Display war kaputt (20 Prozent). Nicht lesbare optische Medien gaben zehn Prozent als Symptom an und bei den mechanischen Defekten trat besonders oft ein gerissenes oder gebrochenes Display-Scharnier auf (sieben Prozent).

Bei Elektronikdefekten halten sich die Werkstätten nicht mit Fehlersuche auf, sondern wechseln hauptsächlich das Mainboard (Bild 10). Bei 47 Prozent der Reparaturen war das der Fall. Bei 19 Prozent der defekten Notebooks tauschte der Service das Display, bei 14 Prozent der Geräte die Festplatte.

Allzu lange sollten solche Reparaturen nicht dauern, doch die Realität sieht leider anders aus. Je nach Notebook-Marke muss der Kunde pro Reparaturversuch weniger als eine Woche bis gut drei Wochen warten. Dell spurtet voran mit einer Durchschnittszeit von nur fünf Tagen (Bild 11). Natürlich kann auch Dell nicht zaubern – der Grund für die enorm kurze Reparaturzeit liegt am hohen Anteil von Vor-Ort-Service-Verträgen. Wenn der Tech-

niker kommt und das Notebook vor Ort repariert, verkürzt das die Ausfallzeit auf ein Minimum.

Aber auch Dell-Kunden, die ihr Notebook einschicken müssen, können sich freuen, denn sie bekommen ihren Rechner nach durchschnittlich einer Woche wieder zurück. Das schaffen die nächstplatzierten Samsung, Apple und IBM/Lenovo mit zehn bis zwölf Tagen nicht, obwohl hier sogar die Vor-Ort-Reparaturen mit eingerechnet sind, die sich positiv auf die Durchschnittszeit auswirken.

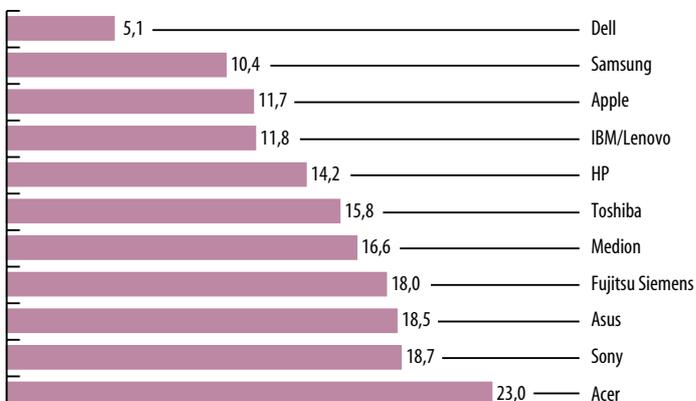
Die anderen Unternehmen muten den Kunden 14 bis 19 Tage Ausfallzeit zu, nur bei Acer dauert es deutlich länger. Mit einer durchschnittlichen Reparaturdauer von mehr als drei Wochen bekommt der Marktführer (nach IDC) die rote Laterne. Acer-Kunden sollten also Zeit einkalkulieren. Ein Austausch-Service wäre vielleicht sinnvoll, doch ausgerechnet Acer bietet die Option eines Austauschgeräts in seinem Advantage-Paket nicht an. c't gegenüber teilte das Unternehmen mit: „Acer setzt sich intern als Zielvorgabe eine durchschnittliche Reparaturdurchlaufzeit von maximal fünf Werktagen, die wir mit ganz geringen Abweichungen auch einhalten, was unsere internen Statistiken belegen.“ Das haben viele Umfrageteilnehmer anders erlebt.

Die meisten Kunden sind geduldiger, als die Unternehmen erwarten. Gute bis sehr gute Bewertungen gibts für eine durch-

schnittliche Reparaturdauer von 11,4 Tagen. Erst wenn der Laptop zwei Monate beim Service liegt, hagelt es sehr schlechte Noten. Eine kompetente, erreichbare Hotline und ein funktionstüchtiges Gerät honorieren die Umfrageteilnehmer also mehr als eine etwas kürzere Reparatur, sofern die Dauer nicht ganz aus dem Rahmen fällt.

Nicht alle erhalten ihr Notebook funktionstüchtig aus der Werkstatt zurück. Uns liegen Fälle vor, in denen Notebooks nach der Reparatur mehr Schäden aufwiesen als vorher, weitere Defekte zeigten oder offiziell als repariert zurückgeschickt wurde, obwohl nachweislich keine Reparatur stattfand.

IBM/Lenovo genügt ein Reparaturversuch, um 86 Prozent der Thinkpads wieder flott zu kriegen (Bild 12). Samsung, Sony und Dell liegen knapp dahinter mit einem Reparaturserfolg von knapp unter 80 Prozent. Die Besitzer von Asus-, Acer- und Toshiba-Notebooks unter den Umfrageteilnehmern hatten weniger Glück. Wenn wie bei Acer ein Fünftel der Geräte mindestens drei Mal zur Reparatur muss und nur bei weniger als zwei Drittel die Reparatur beim ersten Mal glückt, dann verdient der Service seinen Namen nicht. Noch vor einem Jahr wusste Acer, wie man Notebooks repariert, bevor der rasante Verfall der Service-Sitten kam. Asus kann ein Lied davon singen, denn dieses Unternehmen machte den Wandel vom Ser-



Reparaturdauer in Tagen

Bild 11: Reparaturdauer Bei Acer verschwindet das Notebook länger als drei Wochen in der Werkstatt, auch Fujitsu Siemens, Asus und Sony lassen sich Zeit.

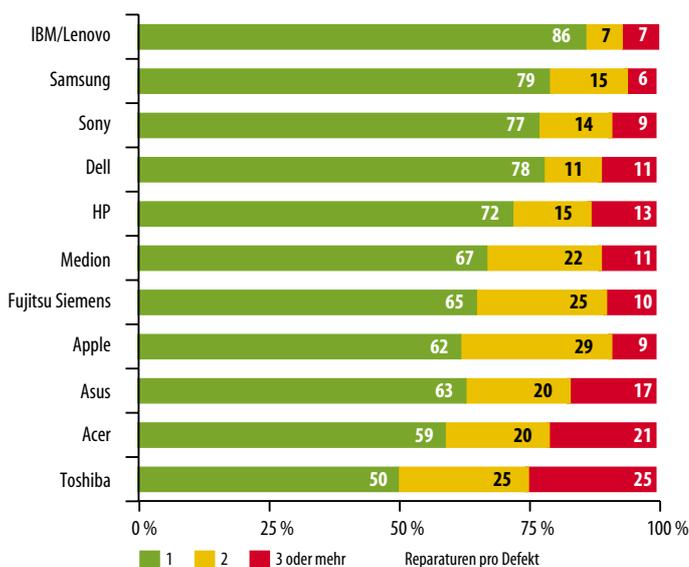


Bild 12: Einmal ist keinmal Einige Notebooks müssen mehrfach zur Reparatur; nach zwei Reparaturversuchen laufen um 87 Prozent der Geräte wieder, nur nicht die von Asus, Acer und Toshiba.

Garantie oder Gewährleistung?

Beruft man sich im Schadensfall auf die freiwillige Garantie des Herstellers oder pocht man dem Händler gegenüber lieber auf die gesetzlich verbriefte Gewährleistung? Die Entscheidung hat durchaus irreversible Konsequenzen. Nur im Gewährleistungsfall besteht zum Beispiel das Recht auf Wandlung nach zwei bis drei erfolglosen Reparaturen. Man sollte sich deshalb innerhalb der ersten sechs Monate nach dem Kauf unbedingt an den Händler wenden und sich nicht mit dem Hinweis auf einen Garantiefall abspesen lassen. Auch, weil die Garantie eine freiwillige Leistung darstellt und der Hersteller deshalb ins Kleingedruckte schreiben kann, was er will. Er darf auch bestimmte Schäden oder Komponenten von seiner Garantie ausnehmen.

Eigentlich umfasst die Gewährleistung zwei Jahre. Doch nach sechs Monaten liegt die Beweislast beim Kunden: Er muss beweisen, dass der Fehler oder dessen Ursache bereits beim Kauf vorhanden oder angelegt war. Aller Erfahrung nach scheitert er damit. In den ersten sechs Monaten allerdings geht der Gesetzgeber davon aus, dass der Fehler bereits von Anfang an vorhanden war. Ein unwilliger Händler muss deshalb innerhalb dieser Zeit erst nachweisen, dass der Kunde das Gerät durch unsachgemäßen Gebrauch beschädigt hat oder der gerügte Mangel durch Verschleiß zustande gekommen ist. Hier hat der Kunde weitaus bes-

seren Chancen, sein Recht durchzusetzen.

Es gibt Ausnahmen von der Regel, zunächst dem Händler gegenüber Gewährleistungsansprüche zu melden. In seltenen Fällen umfasst die Garantieleistung auch Schäden, die durch den Gebrauch entstanden. Wenn ein zusätzlich abgeschlossener Service-Vertrag einen Vor-Ort-Service oder das Recht auf ein Austauschgerät einschließt, dann fährt man damit besser als mit der Gewährleistung. In all diesen Fällen gilt jedoch, dass man das Kleingedruckte aufmerksam studieren sollte und sich die Bedingungen am besten noch vor dem Service-Fall vom Hersteller geben lässt.

Bei einem Auslandsaufenthalt fällt es erfahrungsgemäß schwer, mit dem Hinweis auf die Gewährleistung die Reparatur zu veranlassen. Während eines Dubai-Aufenthalts hilft eine internationale Garantie weiter als der Händler zu Hause in Deutschland. Wer viel unterwegs ist, sollte bei der internationalen Garantie darauf achten, auf welche Länder sie sich erstreckt, denn international heißt nicht international: Sie gilt meist nur in solchen Ländern, in denen der Hersteller präsent ist, etwa durch Verkaufs- und Service-Stellen. Vorsicht: Ein dauerhafter Wohnsitz im Ausland fällt meist nicht unter die internationale Garantie.

Bei Schlamperei, Verzögern oder fehlerhafter Reparatur sollte man nur noch belegbare

Kommunikationsformen wie Fax und Einschreiben nutzen. Hier macht der Ton die Musik: Der Gegenpart lässt überraschend oft Kulanz walten, entsprechendes Auftreten des Kunden vorausgesetzt. Statt gleich mit der juristischen Keule oder mit Öffentlichkeit zu drohen, sollte man das konstruktive Gespräch suchen. Letzten Endes sitzt der Hersteller am längeren Hebel, denn ein Rechtsstreit dauert lange und das Notebook bleibt defekt. Liegt das Gerät beim Service, dann steht man unter Umständen monatelang ohne sein Eigentum da.

Handelt das Unternehmen aber allzu uneinsichtig, unverschämt oder gar nicht, bleibt in manchen Fällen tatsächlich nur der Anwalt. Um schon im Vorfeld unverschämten Behauptungen der Gegenseite den Wind aus den Segeln zu nehmen, sollte man unbedingt alle Vorkommnisse dokumentieren und den Service wenn nötig damit konfrontieren. Bevor das Notebook zur Werkstatt geht, sollte man es aus allen Winkeln fotografieren, um etwaige Schäden durch den Service nachweisen zu können. Steht der Wechsel von Komponenten wie Festplatte oder optisches Laufwerk an, hilft das Notieren der Seriennummer oder eine winzige Markierung bei der Kontrolle, ob tatsächlich getauscht wurde.

Ist das Notebook dann in der Werkstatt, beginnt das Warten. Zwei Wochen darf man dem

Händler oder dem Hersteller Zeit geben, aber nach vier Wochen Funkstille besteht Handlungsbedarf: Eine freundliche Nachfrage zum Stand der Reparatur per Mail oder Telefon bringt dann hoffentlich Klarheit über den Verbleib des guten Stücks. Wenn nicht, dann hilft nur noch Druck: Ein Einschreiben oder ein Fax, das eine angemessene Frist enthält, sollte den Händler zur Reparatur motivieren. Herrscht auch danach Funkstille, bleibt nur wenig Spielraum, denn dann hilft nur eine Drohkulisse, die bei einem eventuellen Rechtsstreit später verwertbar ist. Das Spektrum reicht von einer weiteren Frist über den Rücktritt vom Kaufvertrag bis zum vorgegebenen Mahnweg mit Androhung rechtlicher Schritte und Einbeziehung eines Anwalts. Eine detaillierte Schritt-für-Schritt-Anleitung zum erfolgreichen Reklamieren finden Sie in c't 4/07 auf Seite 77.

Zwei Reparaturversuche sollte man dem Service zugestehen, nach dem dritten kann der Kunde auf Wandlung bestehen, vorausgesetzt, es handelte sich immer um den selben Fehler und die Reparaturversuche erfolgten im Rahmen der Gewährleistung. Wenn die Notebook-Reparatur unter die Garantie fällt, besteht das Recht auf Wandlung nicht. Dem Kunden steht dann nur Schadenersatz in Höhe des Zeitwerts zu, der etwa dem Kaufpreis gemindert um eine Abschreibung auf drei Jahre entspricht.

vice-Vorbild zum Buhmann ein Jahr vor Acer durch [4].

Notebooks zweiter Klasse

Werden Besitzer von Business-Notebooks wirklich zuvorkommender behandelt als solche, die ein Consumer-Gerät ihr Eigen nennen? In Zeiten, in denen viele Business-Geräte deutlich billiger sind als Gaming-Boliden oder Multimedia-Portables, sollte das eigentlich nicht der Fall sein. Doch die Umfrage-Ergebnisse sind eindeutig: Acer, HP und Dell hegen die Business-

Kunden zweiter Klasse.

Besonders HP folgt dieser Devise, denn während 82 Prozent der Business-Notebook-Anwender dem Service gute Arbeit bescheinigen, schrumpft der zufriedene Anteil für Besitzer von reparierten Consumer-Notebooks (Pavilion) auf 44 Prozent (Bild 13). Allein Fujitsu Siemens macht keinen signifikanten Unterschied von Lifebook/Celsius zu Amilo, aber die Reparatur der Consumer-Notebooks dauert auch dort etwas länger (Bild 14): Ein Amilo-Notebook bringt 18,8 Tage in der Werk-

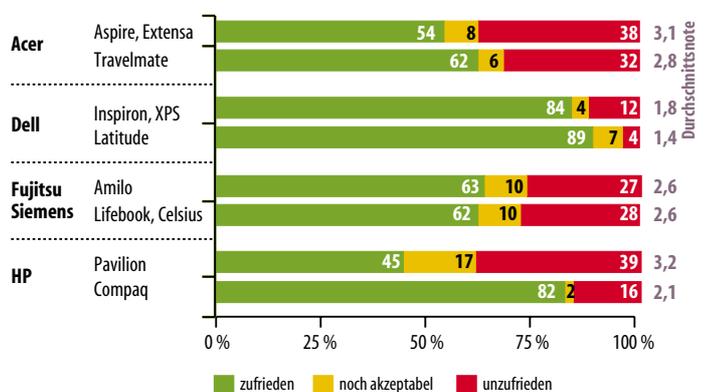


Bild 13: Service Consumer- und Business-Notebooks Besitzer von Consumer-Notebooks gelten besonders bei HP als Kunden zweiter Klasse, aber auch Acer und Dell unterscheiden.

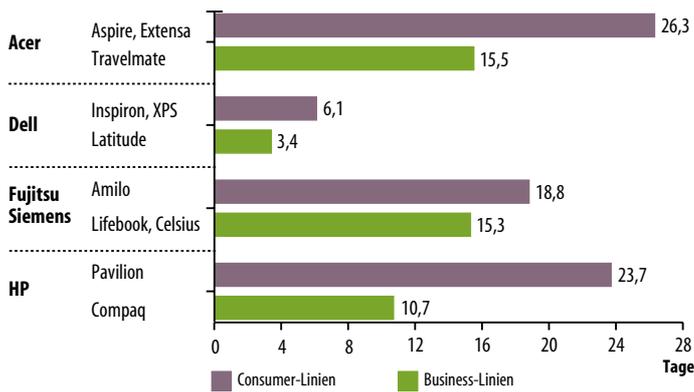


Bild 14: Reparaturdauer Consumer- und Business-Notebooks Business-Geräte reparieren Acer und HP deutlich schneller als Consumer-Notebooks.

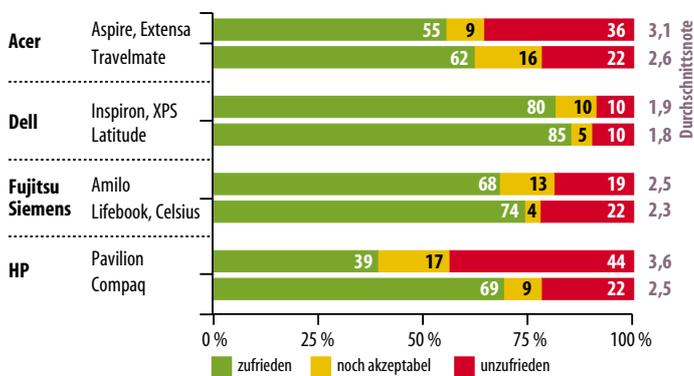


Bild 15: Hotline Consumer- und Business-Notebooks Die Hotline-Mitarbeiter behandeln den Consumer-Kunden zweitklassig; besonders HP unterscheidet nach Geräte-Art.

statt, ein Lifebook oder Celsius nur 15,3 Tage. Auch hier pflegt HP die Zweiklassengesellschaft mehr als andere: 10,7 Tage dauert es, bis ein Compaq-Gerät repariert ist, 23,7 Tage dauert das für die Pavilions.

Auch Acer und Dell lassen sich für Consumer-Notebooks mehr Zeit als für die Business-Geräte. Weil Dell grundsätzlich schnell arbeitet, funktionieren Consumer-Geräte schon nach 6,1 Tagen wieder. Der langsame Acer-Service dagegen braucht für die Business-Notebooks schon 15,5 Tage. Besitzer von Aspire- oder Extensa-Notebooks müssen fast vier Wochen warten.

Bereits bei der Hotline-Ankunft pflegen die Unternehmen das Zweiklassensystem (Bild 15): Nur 39 Prozent der Besitzer von HP-Pavilion-Notebooks geben der Hotline gute Noten, aber schon 69 Prozent der Compaq-Anwender. Bei Acer steigt der Anteil der Unzufriedenen enorm an, wenn sie ein Consumer-Notebook haben: Nur 22 Prozent der Travelmate-Besitzer be-

schweren sich über die Hotline, aber 36 Prozent der Aspire- und Extensa-Nutzer.

Konsequenzen

Einige Unternehmen scheinen nach der Devise zu handeln, „Verkaufszahlen lassen sich messen, der Service aber verursacht nur Kosten“. Dass Kunden ein gehöriges Mitteilungsbedürfnis an den Tag legen, wenn sie Opfer eines missglückten Service-Falls sind, nimmt man offenbar in Kauf. Dabei wägen Notebook-Besitzer sorgfältig ab, welche Konsequenzen sie aus dem Service-Fall ziehen. Ein kaputtes Notebook führt nicht zwangsläufig dazu, beim nächsten Kauf die Marke zu wechseln (Bild 16): 61 Prozent der Umfrageteilnehmer meldeten uns einen Defekt, doch nur 17 Prozent sind fest entschlossen, sich bei einem anderen Anbieter umzusehen, 33 Prozent sind unentschieden, 51 Prozent bleiben der gewählten Marke treu.

Nach Unternehmen unterteilt würde sich die Mehrheit der Le-

novo-, Apple- und Dell-Kunden auch das nächste Mal ein Notebook dieser Marke kaufen, gefolgt von HP und Samsung (Bild 17). Von Fujitsu Siemens und Toshiba sind schon wesentlich weniger überzeugt. Weniger als ein Drittel bleiben Acer, Sony und Asus treu, und auf dem letzten Platz liegt Medion. Weil diese Rangliste jeden Umfrageteilnehmer umfasst, unabhängig davon, ob ein Gerätedefekt vorlag oder nicht, spielt nicht nur die Service-Qualität eine Rolle, sondern auch, wie zufrieden die Nutzer mit ihrem Notebook sind.

Aber auch bei denen, deren Service funktioniert, gibts Anlass zu Kritik, die über Einzelfälle hinausgeht. Mehrere Besitzer von Apple-Notebooks wandten sich an c't, weil ihr PowerBook G4 17" vertikale Streifen im Display zeigt. Die Nutzer beklagten zudem, dass Apple Foreneinträge zum Thema gelöscht habe. Wir legten Apple eine der Beschwerden vor. Das Unternehmen kommentierte die gelöschten Foreneinträge nicht und bekräftigte gegenüber c't, dass es sich bei den Streifen um einen Einzelfall handelt. Das Beispiel zeigt, warum es sich lohnt, bei einem Defekt im Internet nach ähnlichen Fällen zu fahnden: Gemeinsam sind die Kunden stärker, auch bei dem sich abzeichnenden Rechtsstreit.

Diejenigen, die noch nie einen Defekt am Notebook hatten, bleiben Apple hingegen besonders treu: Zusammen mit

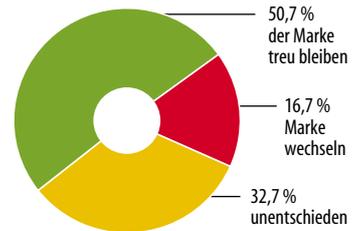


Bild 16: Wechselwillige beim Neukauf Ein defektes Notebook allein führt nicht zwangsläufig zum Wechsel der Marke beim nächsten Kauf.

IBM/Lenovo liegt das Unternehmen einsam an der Spitze, gefolgt von Samsung und Dell. Obwohl das Notebook klaglos seinen Dienst tut, wollen sich Acer-, Medion und Asus-Kunden am ehesten woanders umsehen.

Bei den Pechvögeln mit defektem Notebook schwört die Mehrheit der IBM/Lenovo- und Dell-Gerätenutzer trotz Service-Fall auf ihre Marke. Hier zahlt sich offenbar der funktionierende Service aus. Auch Apple, HP und Samsung gelingt es, ungefähr die Hälfte der Kunden auf jeden Fall zu halten, auch wenn die ein defektes Notebook zu beklagen hatten. Wenn ein Medion-, Acer- oder Toshiba-Notebook defekt ist, sind nur etwa 15 Prozent der Nutzer bereit, einer dieser Marken treu zu bleiben.

Langzeitversuch

Service-Probleme und schlechte Qualität wirken sich nicht sofort

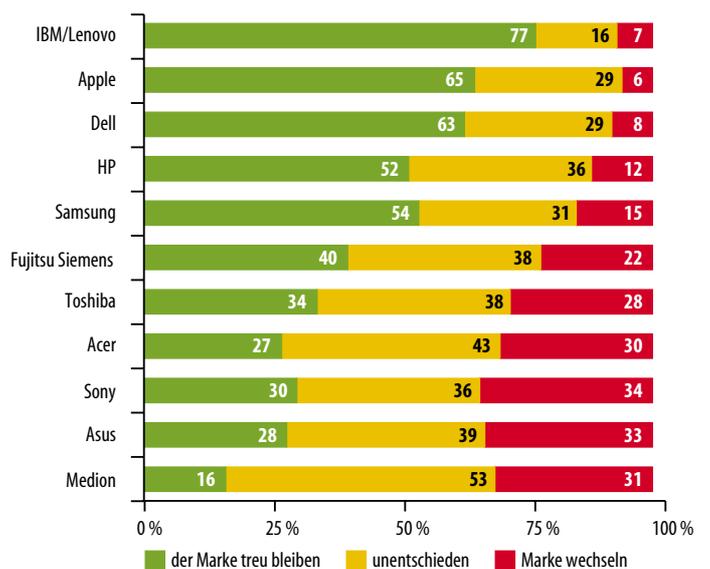


Bild 17: Markentreue Nur ein geringer Teil derer, die sich für ein Acer- Sony, Asus- oder Medion-Notebook entschieden haben, würde das ganz sicher wieder tun.

auf die Verkaufszahlen aus, sondern erst dann, wenn der nächste Notebook-Kauf ansteht. Umso wichtiger ist es deshalb, Kundenzufriedenheit und Markentreue in dem schnelllebigen Notebook-Markt langfristig zu beobachten. Wir haben dafür alle Umfragen zum Notebook-Service seit 2003 zusammengefasst.

Im Lauf der Zeit nahm der Anteil an Toshiba-, Sony und Gericom-Notebooks stark ab (Bild 18). Der Anteil an Acer-Notebooks ging gerade in der aktuellen Umfrage stark zurück, die übrigen Marken konnten zulegen. Dass sich Kundenzufriedenheit langfristig auszahlt, zeigen IBM/Lenovo, Dell, Apple und Fujitsu Siemens. Deren Service-Qualität liegt seit Jahren auf den Spitzenplätzen und die Markenanteile gemäß unserer Umfrage steigen (den Knick bei Apple erklären wir durch den Übergang auf die Intel-Plattform) (Bild 19). Von allen Unternehmen gelang es allein dem Dell-Service, von Jahr zu Jahr mehr zufriedene Kunden zu gewinnen. Apple und Fujitsu Siemens drohen jedoch langfristig ins Mittelfeld abzurutschen.

Auf die Service-Abteilungen von HP, Toshiba und Acer kann man sich unseren Umfragen nach nicht langfristig verlassen, zu groß sind die Schwankungen. Asus hat den Zusammenbruch seines Service letztes Jahr noch nicht verdaut, deshalb bleibt die Kundenzufriedenheit nach wie vor auf der Strecke. Auf ähnlich niedrigem Niveau liegen Toshiba, Acer und Sony, wobei sich der Service des Schlusslichts im letzten Jahr von katastrophal auf schlecht hochgearbeitet hat.

Ein funktionierender Service motiviert auch längerfristig, bei der gewählten Marke zu bleiben (Bild 20). IBM/Lenovo hält sich über die Jahre auf dem Spitzenplatz und Dell sorgt für einen immer größeren Anteil an Stammkunden. Apple muss dagegen Federn lassen, wenn auch auf hohem Niveau. Sony, Asus und Acer gelingt es nicht, Käufer zu binden: Weniger als 30 Prozent würden sich ganz sicher wieder für eine der Marken entscheiden. Ähnlich ergeht es Toshiba mit nur 34 Prozent treuen Kunden.

Das Beispiel Gericom zeigt, wie Kunden schlechte Qualität

abstrafen: Kein einziger Besitzer eines Gericom-Notebooks würde sich auf jeden Fall nochmal eins kaufen. Auch Nutzer von Medion-Notebooks von Aldi und Co. werden sich bei der nächsten Anschaffung größtenteils woanders umsehen.

Fazit

Angesichts zahlreicher Problemfälle sollte die Qualität von Hotline und Service Teil einer vernünftig getroffenen Kaufentscheidung sein. Konsumenten, die nur die Euro-Zeichen in den Augen haben, spielen letzten Endes solchen Unternehmen in die Hände, die billig verkaufen und am Service sparen.

Den Service braucht man allein schon wegen Unachtsamkeiten, die beim PC Lappalien sind, aber beim Notebook zur Katastrophe führen: Eine versehentlich umgekippte Kaffeetasse zum Beispiel betrifft beim PC nur die Tastatur – wenn überhaupt. Das Notebook dagegen ist reif für die Werkstatt.

Die gute Nachricht: Die Mehrheit ist mit dem Notebook-Service und dem Support zufrieden. Natürlich kann auch mal was schief gehen, denn schließlich stehen hinter der Hotline- und RMA-Nummer Menschen, die ebenso wenig perfekt sind wie ihre Kundschaft. Doch die Unterschiede zwischen den Notebook-Unternehmen sind deutlich: Acer, Toshiba und Asus nennen unsere Umfrageteilnehmer besonders oft, wenn's beim Service oder Support klemmt. Der Acer-Service braucht deutlich länger als die Konkurrenz für eine Notebook-Reparatur und schlampt dabei auch noch. Dell, Lenovo und Samsung geben dagegen oft zufriedenstellende Auskunft und reparieren sowohl schnell als auch kompetent. Aber auch bei diesen drei ist noch viel Platz für Verbesserungen.

Natürlich schauen sich Kunden, die vom Service schlecht bedient wurden, beim nächsten Kauf eher woanders um als diejenigen, die bislang keine Probleme hatten. Überrascht hat uns allerdings, dass Anwender mit klaglos funktionierenden Notebooks vorwiegend solchen Marken treu bleiben, bei denen Service und Support funktionieren: Apple, Lenovo, Samsung, Dell. Ob schlechte Notebook-

Qualität mit schlechtem Service einhergeht oder sich Service-Probleme mittels Foren und Blogs herumspricht, können wir der Umfrage leider nicht entnehmen.

Anwender von Consumer-Notebooks werden schlechter behandelt als Nutzer von Business-Notebooks. Dies gilt sowohl für den Service als auch für den Support und die Reparaturdauer. Besonders HP teilt Privat- und Business-Notebook-Kunden streng in eine Zweiklassengesellschaft auf. Da auch Privatkunden Business-Notebooks kaufen können, spricht in dieser Hinsicht wenig für Consumer-Modelle. (jr)

Literatur

- [1] Jürgen Rink, Wenn der Kunde zweimal klingelt, Erfahrungen mit dem Notebook-Service, c't 6/06, S. 178
- [2] Unabhängige Reparaturwerkstätten für Notebooks, www.heise.de/mobil/artikel/72000/1
- [3] Florian Müssig, Careless Pack, Keine Reparatur trotz kostenpflichtiger Garantieverlängerung, c't 1/07, S. 76
- [4] Jürgen Rink, Kaputtrepariert, Asus-Kunden klagen über verschlechterten Service, c't 14/05, S. 82
- [5] Jürgen Rink, Tischfeuerwerk, Riskante Qualitätsprobleme bei Lithium-Ionen-Akkus, c't 19/06, S. 34

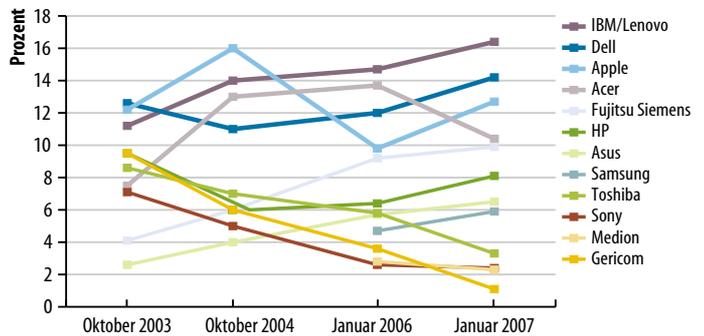


Bild 18: Markenanteil seit 2003 Der Umfrage-Anteil an Toshiba-, Sony- und Gericom-Notebooks nahm kontinuierlich ab.

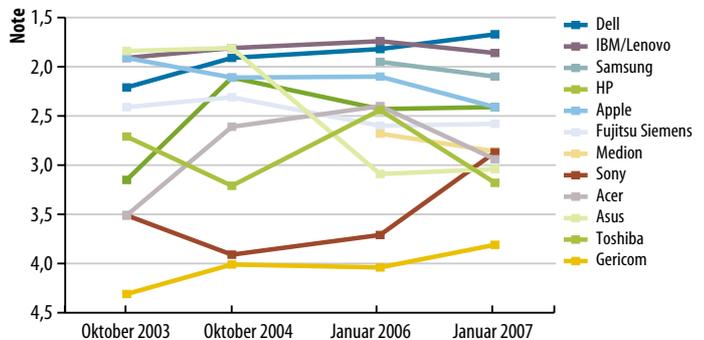


Bild 19: Reparaturerfolg seit 2003 Acer, Asus und Toshiba bekommen die Quittung für schlechten Service, während sich Dell kontinuierlich an die Spitze gearbeitet hat.

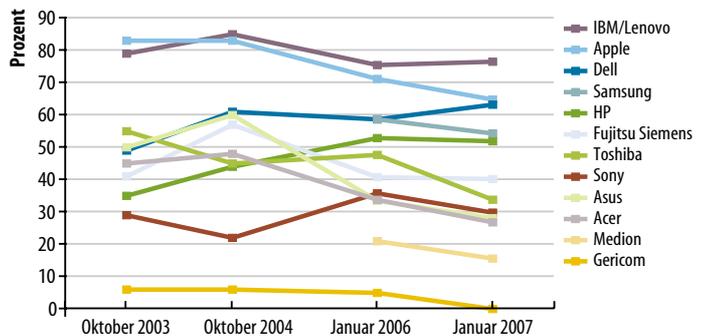


Bild 20: Markentreue nimmt ab Der Trend der letzten Jahre, eher mal die Notebook-Marke zu wechseln, setzt sich fort; Lenovo, Apple und Dell haben die meisten Stammkunden.

