

- Ein Erfahrungsbericht -

Geht es Ihnen eigentlich auch wie uns? Ob wir ein Gerät kaufen, eine telefonische Bahnauskunft wünschen oder gar den Netzanbieter wechseln - alles ist mit schier unlösbaren Problemen verbunden. Von Petra und Joke Frerichs

Eine Digitalkamera, zugegeben: der ersten Generation, funktioniert nicht. Der Versuch, sie anhand der Anweisungen einer Bedienungsanleitung in Gang zu setzen, misslingt. Würden wir das Quantum an Lebenszeit (und Nerven) den jeweils verantwortlichen Unternehmen in Rechnung stellen - wir hätten nahezu ein Vermögen verdient. Denn selbstverständlich ging es uns bei Versuchen, Computer; Videogeräte; Mobiltelefone; Handys o.ä. zum Funktionieren zu bringen, nicht anders. Die Anleitungen lesen sich oft, als wären sie von einem Amerikaner aus dem Chinesischen ins Deutsche übersetzt worden. Vor allem aber: Störungen sind meist gar nicht vorgesehen. Stattdessen wird seitenlang über technische Optionen fabuliert, die wir gar nicht in Anspruch nehmen wollen. Wir möchten einfach nur fotografieren; telefonieren oder Musik hören. Unter der Rubrik „Störungen“ steht meist nur, dass man nachschauen soll, ob man den Stecker in die richtige Dose gesteckt hat. Das aber gelingt meist sogar uns.

Oder - falls Sie je so weit vordringen sollten: Haben Sie einmal versucht, per telefonischer Anweisung einen Computer zu installieren bzw. eine Störung zu beheben? Nein? Dann haben Sie etwas verpasst im Leben. Sollte es Ihnen nämlich gelingen, den ca. 78 Anweisungen Ihres Gesprächspartners zu folgen - und verlieren nicht Sie oder er im Laufe von 1 \_ bis 2 Stunden die Geduld - dann sind Sie um einige Erfahrungen reicher, um die Sie jeder beneiden wird, der sie nicht gemacht hat. Dass derartige Ereignisse reichlich Stoff für Kabarettisten bieten, ist immerhin erfreulich. In dem Fall können sogar wir darüber lachen. Regt sich eigentlich keiner mehr über Vorkommnisse dieser Art auf? Oder ist es den Firmen gelungen, das „Leiden“ gewissermaßen zu individualisieren, so dass jeder denkt, er sei zu unwissend und ihm allein passierten diese Missgeschicke?

Jüngstes Beispiel: Der Kauf eines Laptops - ein Geburtstagsgeschenk sollte es sein. Ausgerechnet das von uns erworbene Exemplar hatte einen Fehler. Bis dieser identifiziert werden konnte, dauerte es vierzehn Tage. Davor: stundenlange Versuche, das Gerät zu installieren; Funktionsüberprüfung in der Firma; schließlich - nach mehreren falschen Diagnosen: Einschicken des Geräts. Ein Ersatzgerät wurde bereitgestellt. Die Herstellerfirma stellte schließlich einen Hardwarefehler fest. Danach: erneuter Austausch der Geräte. Seit einigen Wochen funktioniert es.

Statt den Glückszustand möglichst lange zu genießen, lassen wir uns vor kurzem beschwatzen, den Anbieter zu wechseln. Dazu muss man die Vorgeschichte kennen: Seit

Monaten wird unser ganzes Wohnviertel buchstäblich umgeflügt. Bürgersteige und Hausanschlüsse werden aufgerissen und manchmal auch wieder zugeschüttet. Es werden neue Kabel verlegt. Glasfaser. Völlig neue technische Möglichkeiten bieten sich angeblich. Wir wurden in einem Werbegespräch auf diese hingewiesen. Nach diesem Vortrag kamen wir uns vor, als hätten wir bisher in der Steinzeit gelebt. Unsere (vorahnungsvolle) Nachfrage: Ja - und die Umstellung? Alles kein Problem! Ein Hebel wird umgelegt, und alles funktioniert sofort und wie von selbst.

Was danach geschah, übertraf alles, was wir uns überhaupt nur vorstellen konnten: Zwei junge Techniker eines bis dahin unbekanntes Subunternehmens tauchten plötzlich bei uns auf. Sie versuchten, „den Hebel umzulegen“. Vergeblich. Danach tauschten sie eine Anzahl von Geräten aus (Router, Modem usw.), da die alten mit dem neuen System nicht kompatibel waren. Auch das half zunächst wenig. Nach ca. drei Stunden (mittlerweile glich das Zimmer einem Kabellager) funktionierte ein Anschluss. Der zweite brach sofort wieder zusammen. Am nächsten Tag, einem Freitag, kam ein weiterer Mitarbeiter des Subs nur deshalb, weil wir der Firma massiv gedroht hatten. Sonst hätten wir bis zum darauffolgenden Mittwoch warten müssen. Grund: die Arbeitsüberlastung der Mitarbeiter. Der nicht gerade optimistisch dreinschauende Mitarbeiter erkundigte sich zunächst bei den Vorgängern, was diese vorher gemacht hatten. Und nach einigem Probieren geschah ein Wunder: beide Geräte funktionierten plötzlich.

Jedoch: unser Glück währte nur kurz: danach war das Telefon tot. Das heißt: wir unsrerseits konnten anrufen, waren jedoch nicht erreichbar (was wir natürlich erst merkten, als wir uns über die „Funkstille“ zu wundern begannen und schließlich per E-Mail Hinweise bekamen).

Was folgte, war ein wochenlanges Kleinkrieg mit dem früheren und dem neuen Anbieter: unzählige Versuche, per Telefon die Probleme zu lösen, und ebenso viele Frustrationserfahrungen, Wutanfälle, Zornesausbrüche. Die Anbieter behaupteten notorisch, die Probleme lägen beim jeweils anderen.

Konkret läuft das ungefähr so ab: Wo immer man sein Problem vortragen möchte und die besagte 0800er-Nummer gewählt hat, ist man nach dem aufdringlichen Werbebedudel erst einmal mit der automatischen Rufannahme konfrontiert: Eine freundliche Stimme fordert Sie auf, Ihr Problem zu rubrizieren; fällt Ihnen die Zuordnung schwer, haben Sie Pech gehabt. Sind Sie nach einiger Erfahrung so forsch und drücken einfach die Zwei oder Drei, werden Sie nach einer Warteschleife - wiederum muss das Werbebedudel ertragen werden - mit Herrn oder Frau X im Callcenter verbunden. Hier nun geht es nach dem Prinzip Zufall, wen man gerade an der Strippe hat.

(Man weiß, dass die Menschen in Callcentern schlechte Arbeitsbedingungen haben: flexible

Arbeitszeiten, schlechte Entlohnung, und außerdem sind sie der Prellbock für alles, was zwischen Anbieter und Kunden als Problem auftaucht. Wie in unserem Fall).

Aus der Kundenperspektive ist es außerordentlich störend, keinen festen Ansprechpartner zu haben; bei wiederholten Anrufen müssen Sie immer wieder aufs Neue ihre Geschichte vortragen. Da die Kompetenz der Callcenter-Mitarbeiter begrenzt ist, müssen diese sich in virtuellen Fach- oder Sachabteilungen stets erst vergewissern, was sie dem Kunden anraten oder welche Auskunft sie geben sollen.

In jedem Fall werden Sie höflich gebeten, „einen Moment“ zu warten – Werbegeudel -, und man bedankt sich bei Ihnen sogar für Ihre Geduld, drangeblieben zu sein. Ist das Problem noch offen und Sie bitten um Rückruf: Vergessen Sie's, das passiert so gut wie nie. So wird man irgendwann zum roten Tuch für ein Callcenter, indem man selbst immer wieder anruft und auf der Lösung seines Problems beharrt oder androht, sich zu beschweren. (Das lässt man dann besser doch, denn es träfe ohnehin nur die Falschen).

Oft ist es auch gar nicht ausgemacht, wer oder was die Ursache eines Problems ist. In unserem Fall stellte sich nach vier Wochen (!) heraus, dass ein Doppelvertrag zustande gekommen war – mit der Folge der Stilllegung der angestammten Rufnummer. War es der Einwerber, der die Vertragsbindung übersehen hat? Sind sich die konkurrierenden Anbieter untereinander so spinnefeind, dass sie sich das Leben beim Kampf um die Kunden so schwer wie möglich machen? Am Ende hat wahrscheinlich – jedenfalls aus Sicht der Anbieter – die Kundin, der Kunde selbst schuld. Wie dem auch sei: Wir stornierten den neuen Vertrag; kehrten reumütig zum ursprünglichen Anbieter zurück und erlebten die paradoxe Situation, dass die Techniker der neuen Firma uns den Anschluss an die alte Firma wiederherstellten. Unter dem Vorwand, einer Freundin behilflich zu sein, baten sie bei der Konkurrenzfirma um Daten zu unserem Anschluss und richteten diesen wieder ein. Alles klar?

Natürlich fragt man sich angesichts dieser Erfahrungen, ob man sich im falschen Film befindet, ob man für diese neuen Techniken einfach „zu blöd“ ist (um den bekannten Werbespot einmal positiv zu wenden). Auf jeden Fall wurde immer wieder behauptet, unser Fall sei eine bedauerliche Ausnahme, sonst gäbe es solche Probleme nicht. Doch je mehr wir uns umhören im Bekannten- und Freundeskreis: Jeder kennt ähnliche Probleme; jeder hat solche Erfahrungen auch schon einmal gemacht oder durch andere davon gehört.

Aus dieser Tatsache lassen sich dann aber auch ganz andere Schlüsse ziehen: Seit Jahren werden in Deutschland die Service-Bereiche großer Firmen outgesourct oder zumindest erheblich abgebaut – alles, um die Firmen „schlanker“ zu machen und Kosten zu reduzieren. Schließlich ist Billigkonkurrenz angesagt: Die Produktion wird so weit wie möglich in

Billiglohn-Länder verlagert; die Firmen üben starken Druck auf die Zulieferer aus, immer schneller und günstiger zu produzieren; man spart am Material, wo man kann. Ist dann alles „lean“ und „clean“, führt das wahrscheinlich zu dem, was wir erlebt und geschildert haben und was uns viele als eigenes Erleben bestätigen.

Aus unserer Erfahrung können wir nur sagen: Die Firmen sind mit dieser Strategie schlecht beraten. Neue Kunden lassen sich auf Dauer damit nicht gewinnen oder binden. Denn: Was nützen immer billiger hergestellte Produkte, wenn sie hinterher nicht funktionieren? Was nützen die schnellsten Geräte und Zugänge, wenn die Installation aufgrund von Dienstleistungsdefiziten und -friktionen zum Horrorszenario wird? Die Firmen sollten zu einer hohen Produktqualität und einem verlässlichen Service zurückkehren – das wäre heutzutage eine wirkliche Innovation!

Vielleicht sind wir ja zu antiquiert mit unseren Erwartungen, wenn wir uns vom „Modell der Autowerkstatt“ nicht lösen können: Das Auto hat eine Störung, man bringt es zur Werkstatt und erwartet eine komplette Dienstleistung, also eine kompetente wie systematische Fehlersuche und Störungsbeseitigung, bis der Wagen wieder in einwandfreiem Zustand ist. Man holt ihn ab, begleicht die Rechnung und setzt mit neuer Zuversicht seine Fahrt fort. So etwas „Altmodisches“ gibt es im Bereich der Telekommunikation und mikroelektronischen Produkte offenbar nicht (mehr).

Zuguterletzt geht's einem beim Kauf oder Anschluß von neuen Geräten, die anschließend nicht funktionieren, wie Karl Valentin beim Kauf einer Schallplatte: Man möchte sie in tausend Stücke zerschlagen. Sollten Sie immer noch glauben, es handele sich bei uns um einen Einzelfall, empfehlen wir Ihnen, den Anbieter zu wechseln.

## **Teilen mit:**

- [E-Mail](#)