



# Ansichtssache

VON MICHAEL BAYER

Schlechte Nachrichten sind gute Nachrichten. Eine Weisheit, die sich oft im Alltag bestätigt. Etwa auf der Autobahn. Kracht es kräftig, stauen sich die Fahrzeuge bald in der Gegenrichtung. Das Pech anderer interessiert Menschen. Genau aus dem Grund schätzen viele Leser Zeitungsgeschichten mit schrecklichen Nachrichten – was dann gut für die Auflage ist.

Aber kommen wir zu einem Internet-Thema. Haben Sie sich schon mal in einer eiligen Sache über das Web an einen Geschäftspartner gewandt? An den Hersteller eines Produkts, das fehlerhaft ist? Oder den Dienstleister, dessen Service nicht funktioniert? Nein? Das können wir aus eigener Erfahrung verstehen. Das Passwort von der Telekom vergessen, über das man aus der Ferne Anrufe zum heimischen Telefonanschluss umleiten kann – die online übermittelte Bitte, einen neuen Code zuzusenden, landet im digitalen Nirwana. Den Konkurrenten Tiscali gebeten, nicht weiter über den Stand der Dinge beim DSL-Anschluss eines Namensvetters zu informieren, der unachtsam nicht die eigene Mailadresse angegeben hat – ebenso vergeblich, trotz mehrerer Anläufe.

## Autobauer im Servicetest

Die Testkaufagentur Comcheck in Köln kennt weitere Beispiele. Sie stellte 18 Autoherstellern zehn Anfragen über das Kontaktformular im Web. Ein vorgeblicher Kunde auf der Suche nach einer Vertragswerkstatt in seiner Nähe bekam nach zwei Monaten eine Reaktion – ohne weitere Erklärung oder Entschuldigung. Die Frage, welches Motorenöl das geeignete sei, beantworteten drei Hersteller. Die anderen rieten beispielsweise zu einem Blick in die Bedienungsanleitung oder baten nach zwei Wochen Bearbeitungszeit um die postalische Zusendung einer „gut lesbaren Kopie des Fahrzeugscheins“.

Gesamtergebnis: 77 Prozent der Anfragen wurden erledigt – im Schnitt nach fünf Werktagen. Für die Testkaufagentur ein schlechtes Resultat, für dessen Verbesserung sie sicher gerne hilft. Wir sehen das anders. Wenn fast acht von zehn Servicebitten eine Reaktion hervorbringen, muss das heißen: Die eigenen deutlich miserableren Erfahrungen sind bedauerliche Einzelfälle. Auch so kann aus einer schlechten Nachricht eine gute werden.