



Servicewüste Deutschland, Teil 3

Service-Report

Thema	Ausgabe
Packungen, Preisgestaltung	10/01
Hersteller-Hotlines	11/01
Hersteller-Webseiten	12/01
Produkt-Unterstützung	1/02
Leser-Feedback	2/02

Hersteller-Webseiten

Langsam und chaotisch oder flott und reichhaltig? Wir haben für Sie die Homepages der wichtigsten deutschen Spiele-Hersteller unter die Lupe genommen.

Hilfe muss her! Gerade ist der brandneue Shooter zum dritten Mal abgeschmiert. Wo gibt's den aktuellen Patch? Hoffentlich auf der Webseite des Herstellers. Hingesurft, runtergeladen, aufgespielt: Shooter schießt wieder, alles in Ordnung. So einfach sollte es idealerweise sein. Doch nicht immer bieten die Netzportale den Service, auf den die Käufer Anspruch haben.

In der dritten Folge unserer Serie zum Thema **Servicewüste Deutschland** stehen die Internetangebote der Spiele-Publisher auf dem Prüfstand. In den letzten beiden Ausgaben ging es um Support-Hotlines, Packungsausstattung sowie Preisgestaltung bei Spielen. Wir möchten mit dieser Serie Fehllei-

tungen anprangern, aber auch zeigen, wer gute Arbeit leistet. Zudem verstehen wir diese Artikel-Reihe als Aufforderung, diese Missstände zum Wohle der Käufer abzustellen.

So wurde getestet

Wir haben uns bei dem Test auf die Hauptseiten der Hersteller beschränkt; eigene Webseiten zu speziellen Spielen haben wir nur einbezogen, wenn im Handbuch oder per Link ausdrücklich darauf verwiesen wurde. Generell sind wir davon ausgegangen, dass Seiten wie Eidos.de oder Infogrames.de als allgemeine Anlaufstelle dienen sollen, falls jemand Probleme mit einem Programm hat. Ästhetische Gesichtspunkte wie etwa Webdesign interessierten uns im Test nicht, wohl aber klare Navigation, gute Pflege (keine toten Links!) sowie Tempo und Übersichtlichkeit. Am wichtigsten waren für uns die Features, die unmittelbar zur Problemlösung beitragen: Patch-Angebot, E-Mail-Support, technische Foren. Die letzteren beiden Punkte haben wir getestet, indem wir per E-Mail oder Forum ein simples, aber typisches Problem schilderten. E-Mail-Antworten, die erst nach mehr als sieben Tagen eintrafen, wurden nicht gewertet.

Was bringt der Patch?

In Sachen Patches konnten wir fast überall gute Erfahrungen machen: Die meisten Publisher unterhalten schnelle FTP-Server, um die Updates bereitzuhalten. Zu den un-

rühmlichen Ausnahmen gehört CDV, die dabei teilweise auf Fremddaten wie DLH.net verlinkt. Doch nicht nur das Angebot muss stimmen – zu einem vernünftigen Patchangebot gehört auch eine deutsche Dokumentation, die verrät, was das Programm überhaupt verbessert. In dieser Disziplin trennte sich deutlich die Spreu vom Weizen: Manche beschreiben gar nicht, manche nur auf Englisch, und nur ganz wenige Publisher wie etwa Infogrames machen sich die Mühe, deutschsprachige Update-Erklärungen anzubieten.

Direkte Diskussion

Zuweilen nutzt auch die beste Hotline nichts: Das Problem ist so speziell, dass es eigentlich nur eine Möglichkeit gibt: Jemandem ausfindig machen, der es ebenfalls hatte und lösen konnte. Ideal dafür sind Foren zu bestimmten Titeln, wie sie die Publisher in der Regel anbieten. Wir haben Foren besser bewertet, wenn häufig Moderatoren anzutreffen waren. Neben dem Support dienen die Web-Diskussionsboards auch zum Austausch

Statement von Koch Media

»So sehr überrascht mich das Ergebnis nicht, wir sind nämlich gerade dabei, unsere Web-Präsenz nezugestalten. Dies passiert, weil wir den Verbesserungsbedarf ebenfalls sehen. Allerdings sind die Anforderungen unserer Homepage einzigartig in der Hinsicht, daß sie nicht nur unser Eigensortiment darstellen und unterstützen muss, sondern auch das Produktsortiment von etwa 100 weiteren Vermarktungspartnern. Auf der Kundenseite haben wir sowohl auf den Endkunden als auch auf Händler und Presse Rücksicht zu nehmen. Deshalb sind wir zur Zeit dabei, die Seite neu zu strukturieren und aufzubauen. Es braucht Zeit, alle Wünsche und Informationen dabei zu berücksichtigen. Um nicht mehr Zeit als nötig vergehen zu lassen, haben wir uns entschieden, ein neues Design erstmal außen vor zu lassen und die Inhalte, die Struktur und die Navigation zu optimieren. Wir gehen davon aus, dass dies noch in diesem Jahr der Fall sein wird.«

Klemens Kundratitz,
Geschäftsführer KOCH Media Deutschland GmbH

Korrektur

In der letzten Ausgabe haben wir die Öffnungszeiten der **Eidos-Hotline** falsch angegeben. Die Hotline ist täglich (auch am Wochenende) von 10 bis 22 Uhr erreichbar. Durch die Verbesserung der Teilwertung klettert Eidos im Publisher-Ranking von Platz 15 auf Platz 14.

zwischen Hersteller und Käufer. Kundenlob und -kritik kann den Publisher schließlich wertvolle Hinweise für die Entwicklung weiterer Spiele geben. Umso schlimmer, wenn Hersteller auf Foren verzichten oder gar bei zu viel Kritik einfach abschalten.

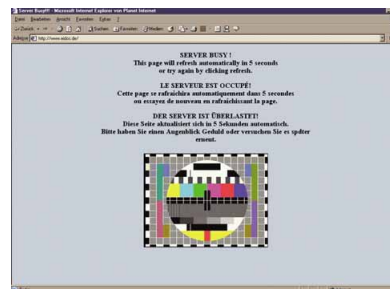
E-Mail für mich

Fast alle Publisher bieten auf ihren Seiten Hilfe per E-Mail an. Antwortqualität und

-geschwindigkeit haben uns positiv überrascht, wobei auch hier einige schwarze Schafe zu verzeichnen waren: Microsoft erzwingt beim E-Mail-Support eine Zwangsregistrierung mit dem neuen Passport-System (siehe auch den **Windows XP**-Artikel im Hardware-Teil), Infogrames und Codemasters verzichten ganz auf Hilfestellung per Elektropost, und Eidos verlangt pro »E-Mail-Vorgang« knapp fünf Mark. Insgesamt ist aber die technische Hilfe per E-Mail den kostenpflichtigen Hotlines mancher Hersteller durchaus vorzuziehen – mit ein Bisschen Glück erhalten Sie noch am gleichen Tag eine Antwort. Und auch längere Schriftwechsel mit verschiedenen Problemlösungsansätzen konnten wir mit manchen Support-Abteilungen, etwa bei EA, führen.

Fazit

Insgesamt bieten die getesteten Webseiten im Vergleich zu den Support-Hotlines deut-



Häufiger zu sehen: Der Überlastungsbildschirm der Eidos-Webseite. Offenbar ist nur eine limitierte Anzahl User gewünscht.

lich weniger Kritikpunkte. In der Regel sind die Homepages bei technischen Problemen aller Art eine sinnvolle Anlaufstelle. Weitergehende Angebote, wie Zusatzlevels, Tipps, Editor-Wettbewerbe und Ähnliches haben wir diesmal ausgeklammert – damit werden wir uns in der nächsten Ausgabe beschäftigen. Beim Thema »Produkt-Unterstützung« wird es darum gehen, wie Publisher ihr bereits veröffentlichtes Spiel pflegen, erweitern und verbessern. **CUN**

Unsere Kriterien

Was wir von einer guten Publisher-Webseite erwarten.

1. Ein umfassendes Patch-Angebot, deutsch dokumentiert
2. Schnellen E-Mail-Support bei technischen Problemen
3. Ein moderiertes Forum
4. Deutsche FAQs zu technischen Problemen
5. Eine Auswahl an Demos auf einem schnellen FTP-Server
6. Eine gute Navigation, übersichtliche Seitenstruktur

Alle getesteten Webseiten auf einen Blick

Firma	Web-Adresse	Support-Foren	Punkte	Patch-Angebot	Punkte	Demo-Angebot ¹	Punkte	E-Mail-Support	Punkte	Allgemein (Erreichbarkeit, FAQ's/Infos, Navigation)	Punkte	Gesamtwertung (Punkte)
Vivendi Universal	www.sierra.de	Gut geordnet, Moderator-Präsenz	9	Sauber sortiert, gute Beschreibungen	9	Gute Auswahl, schnell	8	Gut	8	Unübersichtlich, aber alles Wichtige ist da	7	8,5
Activision	www.activision.de	Gut, aber geringe Moderator-Präsenz, schlecht sortiert	8	Eigener Server, gut dokumentiert	8	Annehmbare Auswahl, Tempo okay	7	Annehmbar	7	Schlicht, aber übersichtlich, mäßige FAQs	7	7,6
Ubi Soft	www.ubisoft.de	Übersichtlich, Moderator-Präsenz: mäßig	7	Gut sortiert, eigener FTP, kaum Dokumentation	7	ordentliche Auswahl, schnell	7	Sehr gut	9	Sauber designt, schwache FAQs	7	7,4
Eidos	www.eidos.de	Gut und schnell, Mod-Präsenz: gering, sauber sortiert	8	Eigener FTP, zu kurze Beschreibung, gut sortiert	8	Mehrere tote Links, begrenzte Auswahl	6	Sehr gut ² (Note halbiert, weil kostenpflichtig)	5	Sehr schöne Seite, aber häufig »Server busy« Meldungen	8	7,2
Infogrames	www.infogrames.de	Wenige Foren, aber schnell, Gute Moderatoren	7	Vorbildlich in jeder Hinsicht	10	Gute Auswahl, schnell, aber mehrere tote Links	6	Keiner	0	Sehr übersichtlich	9	6,8
EA	www.electronicarts.de	Nur auf Unterseiten, nicht zu jedem Spiel	3	Annehmbar sortiert, schneller FTP, schlecht dokumentiert	7	Gute Auswahl, schnell	8	Sehr kompetent	9	Etwas unübersichtlich, mäßige FAQs	7	6,5
Virgin Interactive	www.vid.de	Schnell, aber schlecht besucht, Moderatoren nicht zu sehen	6	Schnell, aber unübersichtlich, schlecht dokumentiert	6	Schlechte Auswahl, schnell, unübersichtlich	5	Schnell, annehmbar	8	Schlicht, unübersichtlich	5	6,2
CDV	www.cdv.de	Gut moderiert, übersichtlich	8	Größtenteils ausgelagert	4	Auswahl okay, teilweise ausgelagert	6	Neigt zu Standardantworten	5	Viele Infos über Unterseiten verstreut	6	5,6
Software 2000	www.software2000.de	Auf Unterseiten ausgelagert, Moderator-Präsenz gering	6	Teilweise nicht über Hauptseite auffindbar, schlecht dokumentiert	3	Auswahl okay, schnell	6	Schnell, mäßig	6	Sehr schlicht, mittelmäßige FAQs	7	5,1
Take 2	www.take2.de	Keine	0	Nicht dokumentiert, langsamer FTP	7	Sehr gute Auswahl, langsamer Server	5	Langsam, mäßig	6	Übersichtlich, sauber sortiert	7	4,9
Vivendi Universal	www.blizzard.de	Keine dt. Foren	1	Etwas unübersichtlich, gut dokumentiert	6	Ausgelagert, sehr versteckt	6	Gut	8	Teilweise Links auf englische Unterseiten, gute FAQs	6	4,6
Microsoft	www.microsoft.de/support	Nicht Produkt-spezifischer, als Newsgroup, keine Moderatoren	0	Unübersichtlich, gut dokumentiert, schmales Angebot	5	Schlechte Auswahl, aber schnell	5	Schnell, souverän (Abwertung wegen Passport) ³	7	Unübersichtlich, kaum Hilfestellung	4	4,1
Codemasters	www.codemasters.de	Ausgelagert, nicht auf Deutsch	1	Schneller Server, Dokumentation in Englisch, wirr	4	Teilweise ausgelagert, unübersichtlich	6	Keiner	0	Bis auf wenige Unterseiten komplett englisch	4	2,7
Koch	www.kochmedia.de	Keine	0	Keine	0	Schwache Auswahl, aber schnell	5	Annehmbar	7	Sehr unübersichtlich	6	2,5
Modern Games	www.modern-games.de	während Testphase mehrere Wochen offline.										(von 10,0)

Die Gesamtwertung haben wir nach folgender Gewichtung errechnet

Forum: 25 % Demos: 10 % Allgemein 10 %
Patch-Angebot: 35 % E-Mail-Support 20 %

¹Tempo-Angaben beziehen sich auf die durchschnittliche Download-Geschwindigkeit.

²Kostenpflichtig (4,99 Mark pro Vorgang); sehr versteckt auf der Webseite.

³Anmeldung per Passport erforderlich.