

Eve Foehr



Microsoft zeigt, wie Support *nicht* geht

Es gibt Momente, in denen ich mich frage, ob große US-Tech-Konzerne eigentlich jemals echte Kunden erlebt haben – solche, die nicht nur klicken, zahlen und weiterklicken sollen.

Mein jüngstes Erlebnis mit Microsoft ist dafür ein Paradebeispiel: Ich will ganz harmlos vom alten auf das neue Outlook migrieren. Eine Aufgabe, die man im Jahr 2025 für trivial halten könnte. Doch Microsoft belehrt mich eines Besseren.

Statt eines reibungslosen Übergangs begrüßt mich eine kryptische Fehlermeldung: „9hehw – Da hat etwas nicht geklappt.“

Aha. Danke, Microsoft. Immerhin ist der Tonfall süß, fast schon entschuldigend – aber inhaltlich bleibt er so leer wie ein Wüstenbrunnen. *Was* nicht geklappt hat? *Warum?* Keine Antwort, null Information. Keine Anleitung. Nichts.

Und jetzt beginnt die Reise durch die Servicewüste Microsoft. Der offizielle Support? Fehlanzeige. Stattdessen werde ich auf eine Chatseite geschickt. Auf der darf ich mich dann erst einmal durch fünf Minuten oberflächlich freundliche Standardfloskeln tippen, bevor man mich an einen „offiziellen Techniker“ weiterleitet.

Doch bevor die technische Fachkraft überhaupt „Hallo“ sagt, soll ich erst einmal zahlen. Knapp 30 Euro – pro Monat. Nach drei Tagen Probierphase. Für eine Fehlermeldung, die Microsoft selbst produziert hat. Für Support, der früher selbstverständlich im Microsoft-Abo integriert war.

Es ist diese Mischung aus Intransparenz, Bequemlichkeit und der reinen Lust am Abkassieren, die den Kundenservice vieler US-Techriesen inzwischen unerträglich macht. Google gehört auch dazu! Probleme werden externalisiert, Verantwortung weggelächelt, und jeder Klick monetarisiert.

Und ja: In solchen Momenten lobe ich mir Unternehmen wie **Amazon** oder **Telekom**, bei denen du noch echte Menschen erreichst – Menschen, die tatsächlich Schritt für Schritt helfen, ohne vorher die Kreditkartennummer zu verlangen. Das sind Firmen, die wissen, dass Service nicht nur ein Kostenfaktor ist, sondern ein Wertversprechen mit Langzeitwirkung bei der Kundenbindung.

Microsoft, Google und Co. hingegen wirken zunehmend wie ki-gestützte Abzock-Maschinen. Nein, die wirken nicht nur so, die sind das durch und durch: Hinter ihren bunten Köder-Icons und niedlichen Fehlermeldungen verbirgt sich eine brutale Kapitalvermehrungsmaschine, für die jeder Kunde nur noch als abstrakter Daten- und Moneylieferant zählt.

Wann kommt endlich die europäische Alternative zu diesen US-Geldkraken? Wann breitet sich die Kundenfreundlichkeit von Amazon und Telekom wieder weiter aus?

Eure Eve Foehr

