

## Über die Kundenzufriedenheit und über die Berichterstattung darüber in den Medien.

09.02.2010, 08:26 | Mode, Trends, Lifestyle

Pressemitteilung von: *PARTNER-COMPUTER GROUP LTD.*

---

Der Markt bietet eine nahezu uneingeschränkte Meinungsvielfalt – und genau so ist es auch mit den Erfahrungsberichten, die über die führende Partneragentur Partner-Computer Group berichten.

Nun ist es aber so, dass auch Beiträge in den Medien erscheinen, die gar einen unvollständigen und wenig gehaltvollen Eindruck von Partner-Computer Group widerspiegeln.

Wir wollen keine Spekulationen anstellen, was der Grund für manche Merkwürdigkeit dieser Berichte ist. Vielmehr möchten wir dies in den Vordergrund stellen: Wer mit uns den Erfolg suchte und fand, der ist ein zufriedener Kunde. Natürlich liegen uns auch Beschwerden vor, gegen die wir machtlos sind.

Im Oktober 2009 wurde Mister J. K. aus Craigmont/Idaho zu unserem Kunden. Er beschwerte sich über die Qualität unserer Dienstleistung. Er veröffentlichte einen Bericht über seine Unzufriedenheit in einer Zeitschrift des Grays Lake National Wildlife Refuge.

In diesem Bericht schrieb er: Alle bis jetzt erhaltenen acht Partnerprofile taugen nichts. It isn't much good.

Der unvermittelte Leser gewann den Eindruck, dass wir Partner vorschlagen, die nicht zum Kunden passen. Das Wort „rocket“ war zu lesen.

Die Aufgabe unserer Kundenbetreuung ist, die Zufriedenheit unserer Kunden zu produzieren. Hier musste unser Support jedoch passen.

Wir haben die Kritik ernst genommen und akribisch analysiert. Dabei stellte sich folgendes heraus:

Alle acht Partnerprofile zeigten eine Übereinstimmung zwischen 81,2 Prozent und 88,7 Prozent. Alles im grünen Bereich also. Wo ist das Problem der Unzufriedenheit von Mister J. K. Warum verschwanden alle ihm vorgestellten Damen beim ersten Date schnell wieder? Schließlich sind diese Damen aktiv auf Partnersuche und haben auch alle 1.200 \$ für unsere Dienstleistung bezahlt und die Wesensgleichheit war ja gegeben.

Wir fanden es heraus: Die Vorstellung von Mister J. K. war weniger die Übereinstimmung zwischen den Persönlichkeiten der Partnersuchenden, sondern er wollte Damen treffen, die zwischen 5,75 ft. und 6,25 ft. (ca. 1,75 m bis 1,95 m) Größe haben. Die Körpergröße des Mister J. K. beträgt übrigens 5,25 ft. (ca. 1,60 m) Deshalb hatten alle acht Damen, die wir ihm vorstellten, kein weiteres Interesse an einer Partnerschaft mit Mr. J. K. Selbstverständlich waren alle Damen, die wir für ihn ausgewählt haben, groß. So verlangte es unser Kunde in seinem Partnerwunschprofil. Und dies bei seiner eigenen Körpergröße von 5,25 ft.

Schuld an diesem Problem ist der PCG-Berater. So urteilt man zu vorschnell. In unserem Fragebogen war die Körpergröße von Mister J. K. mit 6,1 ft. (ca. 1,86 m) angegeben.

Natürlich musste unser Berater Mister Jayden Cormak hier im Rahmen unserer akribischen Analyse sein Statement dazu abgeben. Denn der Unterschied zwischen 5,25 ft. und 6,1 ft. sollte für einen PCG-Berater schon zu erkennen und in unserem Fragebogen klar zu definieren sein. Denn auch das ist ein Vorteil bei der Partner-Computer Group gegenüber den Onlinevermittlungen. Im Internet kann jeder lügen, so viel er will. Aber nur bis zur Stunde der Wahrheit. Bis zu seinem ersten Date.

Wie sich herausstellte, blieb Mister J. K. während des Beratungsgesprächs auf seinem Stuhl am Tisch sitzen. Auf Grund dieser Tatsache können wir Mister Jayden Cormak keinen Vorwurf machen.

Dieser Bericht soll natürlich auch nicht dazu dienen, unserem Kunden einen Vorwurf zu machen.

Von dem Wunschenken besessen, glaubte Mister J. K., dass er auch bei seiner Körpergröße, durch eine bekannte Partnervermittlung seine große Traumfrau findet.

Der Bericht soll nur mal eines klar aufzeigen:

Immer und bei jedem Bericht - egal ob in Printmedien, Fernsehsendungen oder im Internet - um objektiv eine Sache zu betrachten und beurteilen zu können, sollten immer alle Details in die Waagschale geworfen werden. Das können die Zuschauer oder die Leser oft nicht, durch das bewusste Verhalten billiger Berichterstatter. Leider ist es in der heutigen Zeit modern geworden, dass Reporter in der Schlacht um die eigene Beachtung und Popularität auch die Arbeitsweise seriöser Unternehmen in Frage stellen. Sicherlich handelt es sich dabei um keine seriösen Journalisten, sondern um

Meister im Unterdrücken und Verfälschen von Tatsachen.

Und auch hier wieder, sollte keine Schuldzuweisung in die Richtung solcher Paparazzi gehen. Ist es denn nicht der Konsument, der in den Medien nur Schlechtes lesen und hören will? Wenn ein Bauunternehmer ein Haus solide und preiswert baut, das will niemand sehen und hören. Ist dieser Unternehmer aber zu teuer und in einigen Ecken des Hauses ist Pfusch zu sehen, wird es für die Scharlatane der Medien wieder interessant - der Einschaltquote zu liebe. Dass der Bauherr diesen Pfusch durch seine Eigenleistung zu verantworten hat, interessiert keinen. Solch eine Tatsache wird einfach von den Berichterstattern unterdrückt. Der Bauherr passt hier doch viel besser in die Opfer-Rolle.

Dies sollte aber kein Unternehmen davon abhalten, eine gute Qualität zu einem fairen Preis zu bieten. Yes we can!

PARTNER-COMPUTER GROUP ® LTD. Publicity department  
1461 A First Avenue, Suite 360, New York, NY 10021-2209, USA  
Phone +1 815 361 7510 Fax +1 815 550 8908

## **Portrait**

Partner-Computer Group Ltd. gehört zu den führenden Unternehmen der Branche und ist 1982 mit großem Erfolg tätig. Wer sich über so viele Jahre in einem hochsensiblen Markt behauptet, verfügt nicht nur über die nötige Erfahrung, sondern ist auch in der Lage, diese innovativ umzusetzen.

---

News-ID: 395733 • Views: 2045 (Stand: 15.04.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/395733/Ueber-die-Kundenzufriedenheit-und-ueber-die-Berichterstattung-darueber-in-den-Medien-.html>