

# Vergleichsportale in Deutschland

Endbericht

November 2017

WIK-Consult GmbH  
Rhöndorfer Str. 68  
53604 Bad Honnef

# Key Insights 1

- Vergleichsportale sind eine deutsche Interneterfolgsgeschichte: Etwa **80 % der Anbieter sitzen in Deutschland**.
- Insgesamt beschäftigten Vergleichsportale **rund 6.500 Mitarbeiter** und machten **3,4 Mrd. Euro Umsatz** in 2016.
- **Mehr als 70 % der Deutschen** nutzen Vergleichsportale
- Bei der Nutzung von Vergleichsportalen steht **Information im Vordergrund**:
  - Etwa **60 % der Nutzer verwenden Vergleichsportale ausschließlich zur Information**.
  - Nur **34 % der Nutzer schließen einen Vertrag direkt über Vergleichsportale ab**.
  - Der Bedarf für Information und Unterstützung ist nach wie vor groß: Nach eigenen Angaben haben **40 % der Deutschen zumindest einen zu teuren oder nicht optimalen Vertrag**.
  - Informationen kommen **meistens nicht nur von einem Vergleichsportale**. Rund **40 % der Deutschen informieren sich auf mindestens zwei Vergleichsportalen**.

# Key Insights 2

- **Fast doppelt so viele Nutzer (58 %) wie Nicht-Nutzer (31 %) überprüfen ihre bestehenden Verträge regelmäßig auf ideale Konditionen.**
- Auf Vergleichsportalen **entscheidet das beste Produkt und nicht die Marke**. Nach eigenen Angaben haben **72% der Nutzer**, die auf Vergleichsportalen einen Vertrag abgeschlossen haben, hier schon passende Angebote von Anbietern gefunden, die sie vorher nicht kannten.
- Rankings werden individualisiert. **Rund 80 % der Nutzer filtern und sortieren die Ergebnisse selbst.**
- **Nutzer kennen das Geschäftsmodell von Vergleichsportalen:**
  - **87 % der Nutzer** glauben, dass sich Vergleichsportale über Provisionen und/oder Werbung finanzieren.
  - **Praktisch niemand** (3 % der Nutzer, 1 % der Nichtnutzer) glaubt, dass Vergleichsportale gemeinnützig agieren.

# Key Insights 3

- In allen vier betrachteten Bereichen schaffen Vergleichsportale klare finanzielle Mehrwerte für Verbraucher. Die Höhe der tatsächlichen Einsparungen pro Jahr (je Wechsler; alle Wechsler) durch Vergleichsportale betrug in 2016:
  - bei **Strom**: Ø **196 bis 475 Euro** pro Jahr, insgesamt etwa **373 Mio. Euro**.
  - bei **Gas**: Ø **213 bis 868 Euro** pro Jahr, insgesamt etwa **188 Mio. Euro**.
  - bei **Breitband**: Ø **363 Euro** pro Jahr, insgesamt **12 Mio. Euro**.
  - bei **Kfz-Haftpflicht**: Ø **414 Euro** pro Jahr, insgesamt etwa **728 Mio. Euro**.
- Die theoretischen zusätzlichen Sparpotenziale in allen vier Bereichen sind noch deutlich höher.

1. Überblick zu Vergleichsportalen in Deutschland
2. Nutzen für Verbraucher
3. Einsparpotenziale durch Vergleichsportale
4. Umfeldanalyse zu Vergleichsportalen
5. Fazit

# Überblick zu Vergleichsportalen in Deutschland

Eine deutsche Interneterfolgsgeschichte

# >70 % der Deutschen nutzen Vergleichsportale

Informationssuche steht klar im Vordergrund – Gekauft wird meist anderswo

**71 %** der Deutschen nutzen Vergleichsportale



Bedarfserkennung



**29 %** der Deutschen nutzen keine Vergleichsportale

**62 %** der Nutzer suchen allgemeine Informationen, bspw. um sich einen Überblick zu verschaffen



Informationssuche

**58 %** der Nutzer suchen spezifische Informationen, um ihre verschiedenen Alternativen zu bewerten



Bewertung der Alternativen

**34 %** der Nutzer kaufen ein Produkt / eine Dienstleistung direkt auf dem Vergleichsportale bzw. schließen dort einen Vertrag ab



Kauf / Abschluss

\*etwa 5 % der Nutzer geben an, Vergleichsportale für andere Zwecke zu nutzen. Werte gerundet  
Basis: Alle Befragten: n=2.045; Nichtnutzer: n=601; Nutzer (gesamt): n=1.444

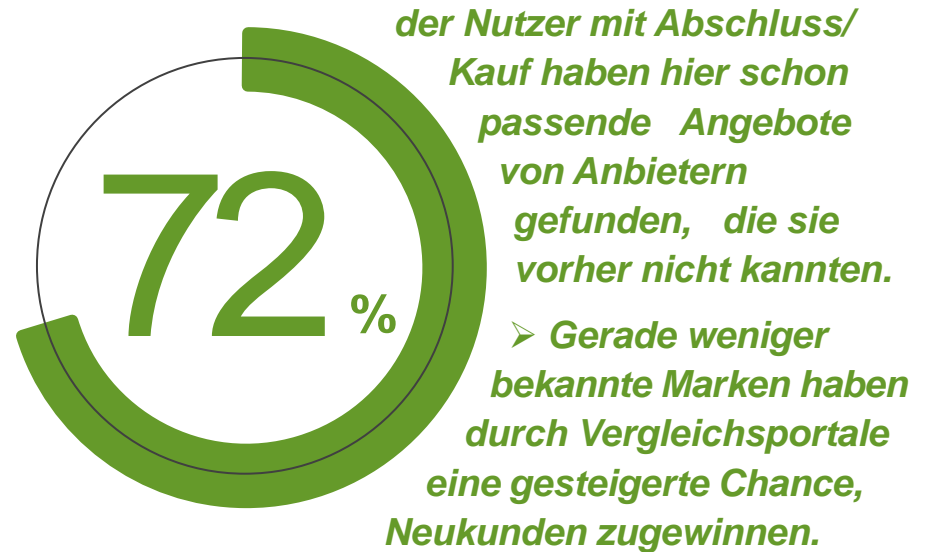
# Vergleichsportale demokratisieren den Wettbewerb

Anbieter punkten mit guten Produkten, nicht mit Bekanntheit

**71 %** der Deutschen nutzen Vergleichsportale



Nutzer können **mehrere Tausend Angebote** sehen.



**29 %** der Deutschen nutzen keine Vergleichsportale

Nicht-Nutzer beziehen bei akuter Kaufentscheidung durchschnittlich nur **zwei bis drei Anbieter** mit ein.<sup>1</sup>

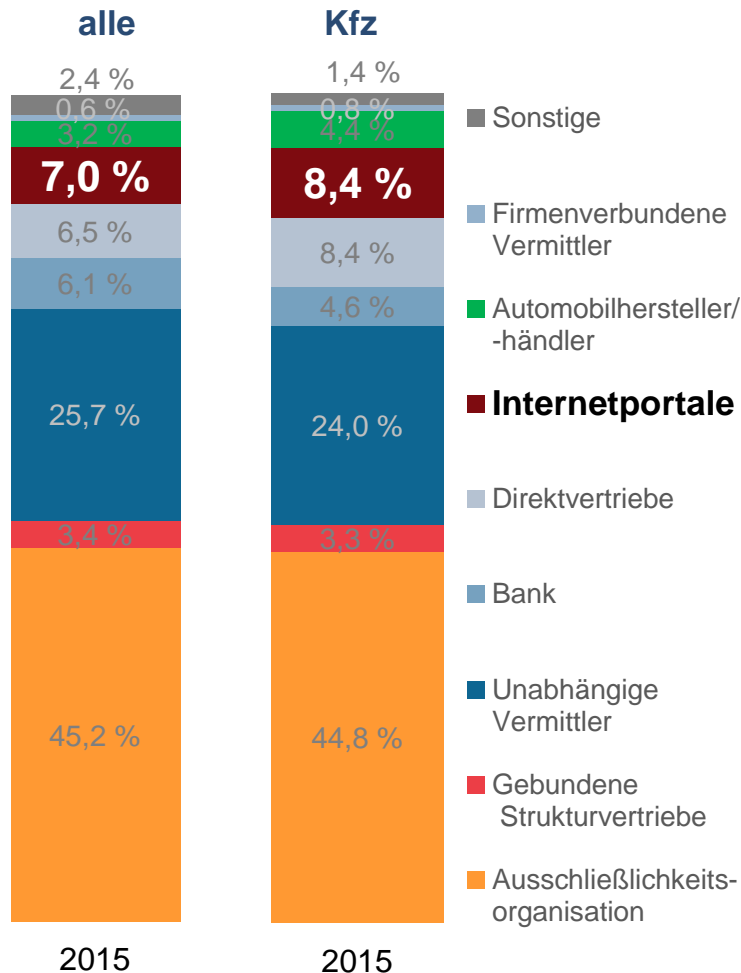
<sup>1</sup> Narayana, Chem L., & Rom J. Markin. 1975. "Consumer Behavior and Product Performance: An Alternative Conceptualization." *Journal of Marketing* 39 (4):1-6. und Belonax Jr, Joseph A., & Robert A Mittelstaedt. 1978. "EVOKED SET SIZE AS A FUNCTION OF NUMBER OF CHOICE CRITERIA AND INFORMATION VARIABILITY." *Advances in consumer research* 5 (1).



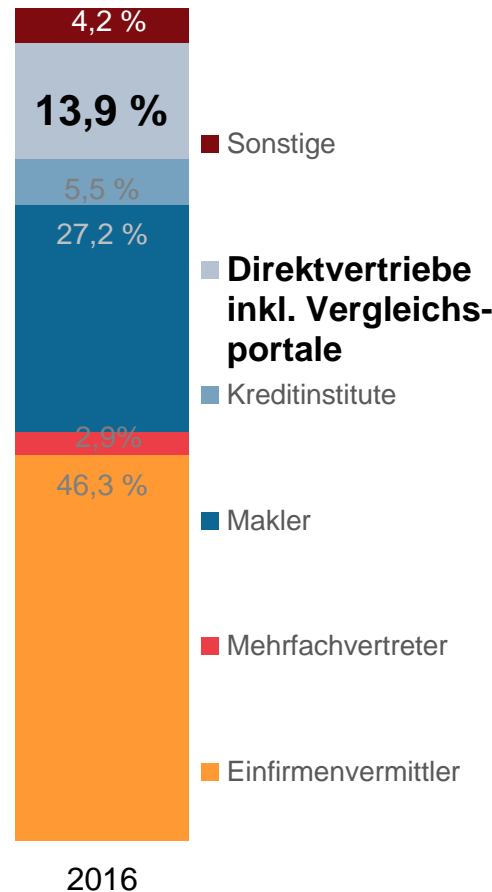
# Vergleichsportale sind ein Vertriebskanal unter vielen

<10 % der Versicherungen und <25 % der Energieverträge werden direkt auf Vergleichsportalen abgeschlossen

## Unfall-/Schadens-Versicherungen<sup>1</sup>



## Unfall-/Schadens-Versicherungen<sup>2</sup>



## Energieversorgung<sup>3</sup>

### Strom

23,5%

der aktuellen Verträge wurden über Vergleichsportale abgeschlossen

### Gas

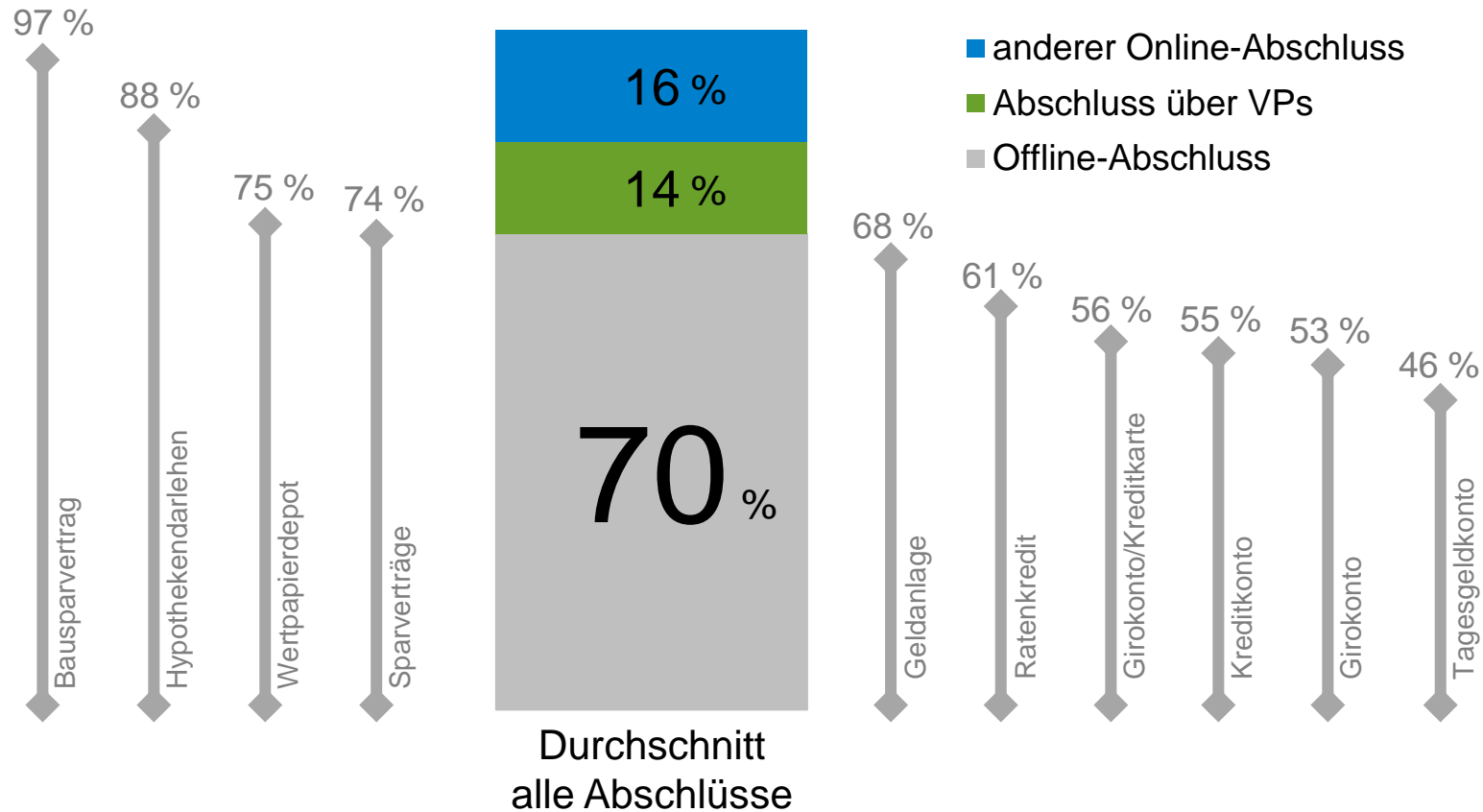
22,1%

der aktuellen Verträge wurden über Vergleichsportale abgeschlossen

# Bei Bankprodukten werden 70 % aller Abschlüsse offline gemacht

14 % der Bankprodukte werden über Vergleichsportale abgeschlossen

- Bei Bankprodukten dominiert nach wie vor der Abschluss direkt vor Ort.
- Der Offline-Anteil liegt zwischen 46 % und 97 %.



# Der Wettbewerber ist nur einen Klick entfernt

## 40 % der Verbraucher nutzen mehr als ein Vergleichsportal

nutzen mehr als ein Vergleichsportal

**12%**

informieren sich auf  
4+ Vergleichsportalen

**18%**

informieren sich auf  
2-3 Vergleichsportalen

**14%**

informieren sich auf  
1 Vergleichsportal



**44%** der Deutschen  
informieren sich auf  
Vergleichsportalen

**24%** der Deutschen  
haben dort  
etwas gekauft /  
einen Vertrag  
abgeschlossen

**29%** der Deutschen  
nutzen keine Vergleichsportale\*

nutzen mehr als ein Vergleichsportal

**2%**

kaufen auf  
4+ Vergleichsportalen

**8%**

kaufen auf  
2-3 Vergleichsportalen

**14%**

kaufen auf  
1 Vergleichsportal

\*etwa 3 % der Deutschen geben an, Vergleichsportale für andere Zwecke zu nutzen. Werte gerundet

Basis: Alle Befragten: n=2.045; Nichtnutzer: n=601; Nutzer (gesamt): n=1.444

# Vergleichsportale - eine deutsche Interneterfolgsgeschichte

~6.500 Beschäftigte und ~3,4 Mrd. Euro Umsatz

## Vergleichsportale

- erwirtschaften in Deutschland einen Umsatz von etwa

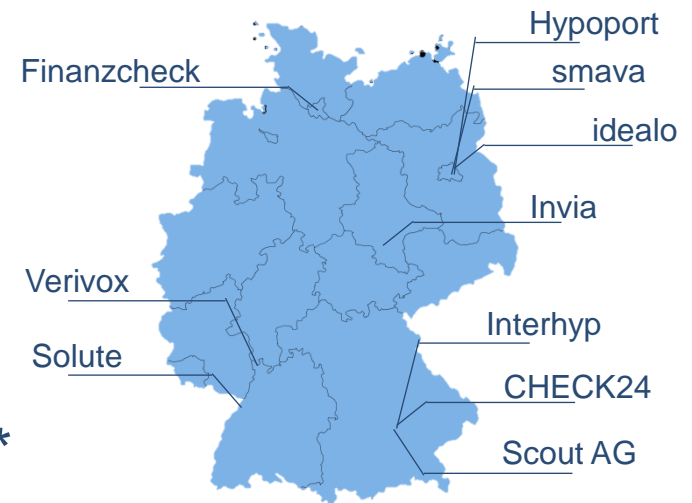
 **3,4** Mrd. €\*  
The image shows a stack of four coins on the left, with a larger Euro symbol (€) overlaid on the top coin. To the right of this icon is the number '3,4' in a large, bold, blue font, followed by 'Mrd. €\*' in a smaller blue font.

- beschäftigen in Deutschland etwa

 **6.500** Mitarbeiter\*  
The image shows a silhouette of a group of seven people in business attire, standing in a cluster. To the right of this icon is the number '6.500' in a large, bold, blue font, followed by 'Mitarbeiter\*' in a smaller blue font.

Etwa **8** von **10**\*

Vergleichsportalen haben ihren Hauptsitz in Deutschland.



\*geschätzt auf Basis einer Analyse von 114 in Deutschland relevanten Vergleichsportalen; Bezug auf das Vergleichsportalgewerbe  
Rechnet man die Umsätze der wesentlichen Muttergesellschaften Amazon, Axel Springer, Google, ProSiebenSat.1 und United Internet mit ein, so kommt man auf einen Umsatz von insgesamt ~29,5 Mrd. Euro Umsatz in Deutschland der Unternehmen, die in Deutschland Vergleichsportale anbieten. Hierbei bleiben andere ausländische Anbieter wie Kelkoo unberücksichtigt, die weniger als 1.000 Mitarbeiter in Deutschland haben und damit kaum Umsatz in Deutschland veranschlagen oder diesen nicht einzeln ausweisen. Die Umsätze der in Deutschland ansässigen Unternehmen wurden vollständig Deutschland zugerechnet.  
Icon: Rockicon

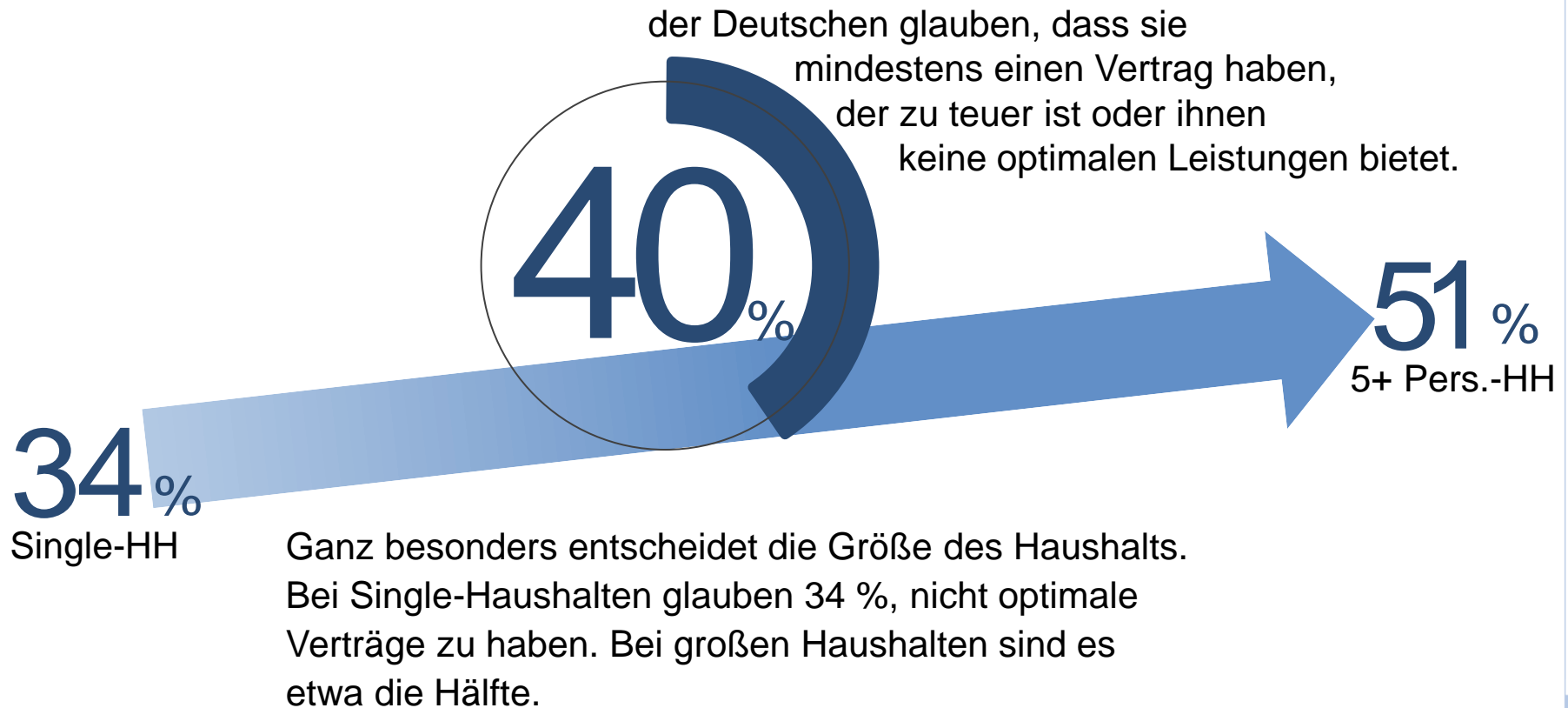
# Nutzen für Verbraucher

Mit Hilfe von Vergleichsportalen setzen sich Verbraucher häufiger mit bestehenden Verträgen auseinander und können einfacher wechseln.

# 40 % der Verbraucher ohne optimale Verträge

Je größer der Haushalt, desto stärker ist das Bewusstsein ausgeprägt

*Ich glaube, dass ich mindestens einen Vertrag habe, der zu teuer ist oder mir keine optimale Leistung bietet.*

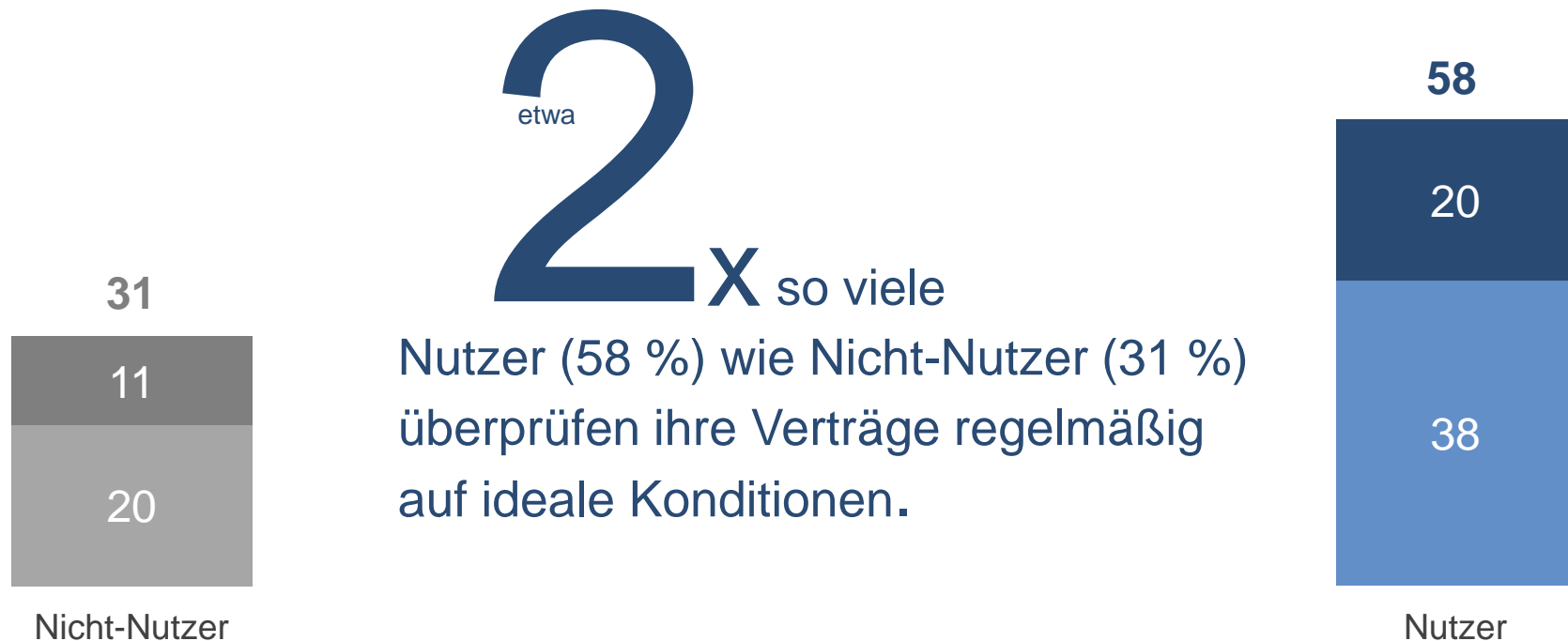


# Nutzer checken Verträge häufiger

Fast zweimal so viele Nutzer wie Nicht-Nutzer überprüfen regelmäßig

*Ich überprüfe meine Verträge in regelmäßigen Zeitabständen darauf, ob sie mir noch ideale Konditionen bieten.*

- stimme voll und ganz zu
- stimme eher zu



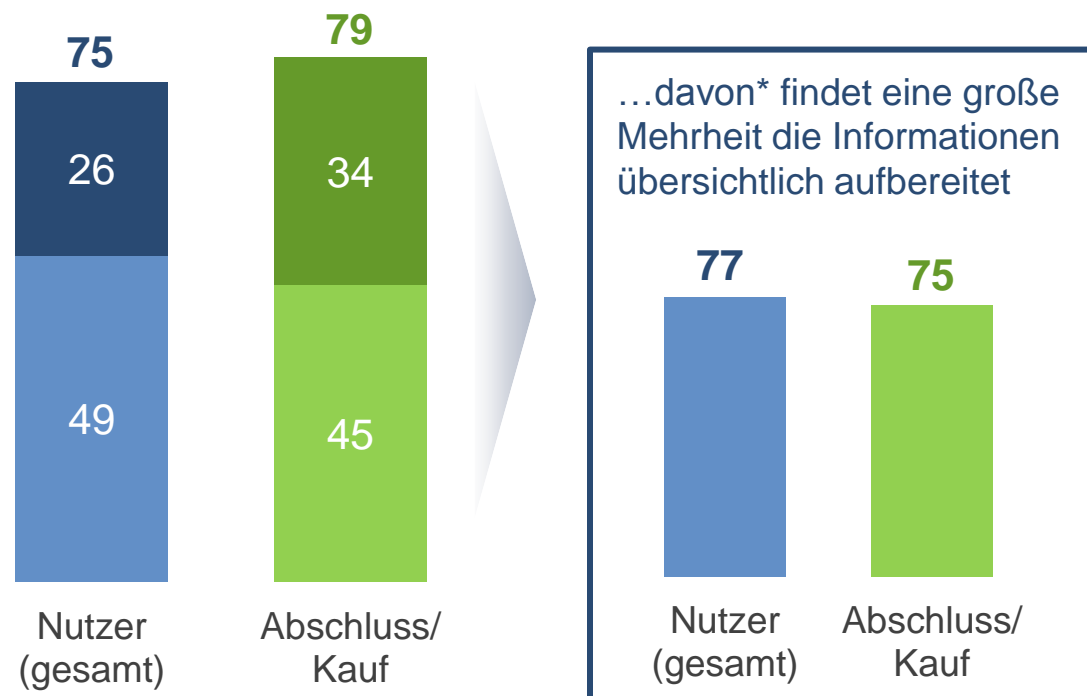
# 75 % der Nutzer fällt es leicht, Informationen zu finden

## Vergleichsportale erleichtern das Finden und Verstehen von Information

- Die Aufbereitung entscheidet darüber, ob Information auch verstanden wird.
- 77 % der Nutzer, die Informationen auf Vergleichsportalen leicht zugänglich finden, schätzen auch die übersichtliche Aufbereitung.

*Vergleichsportale erleichtern es mir, Informationen zu Produkten und Dienstleistungen zu finden.*

■ stimme voll und ganz zu  
■ stimme eher zu



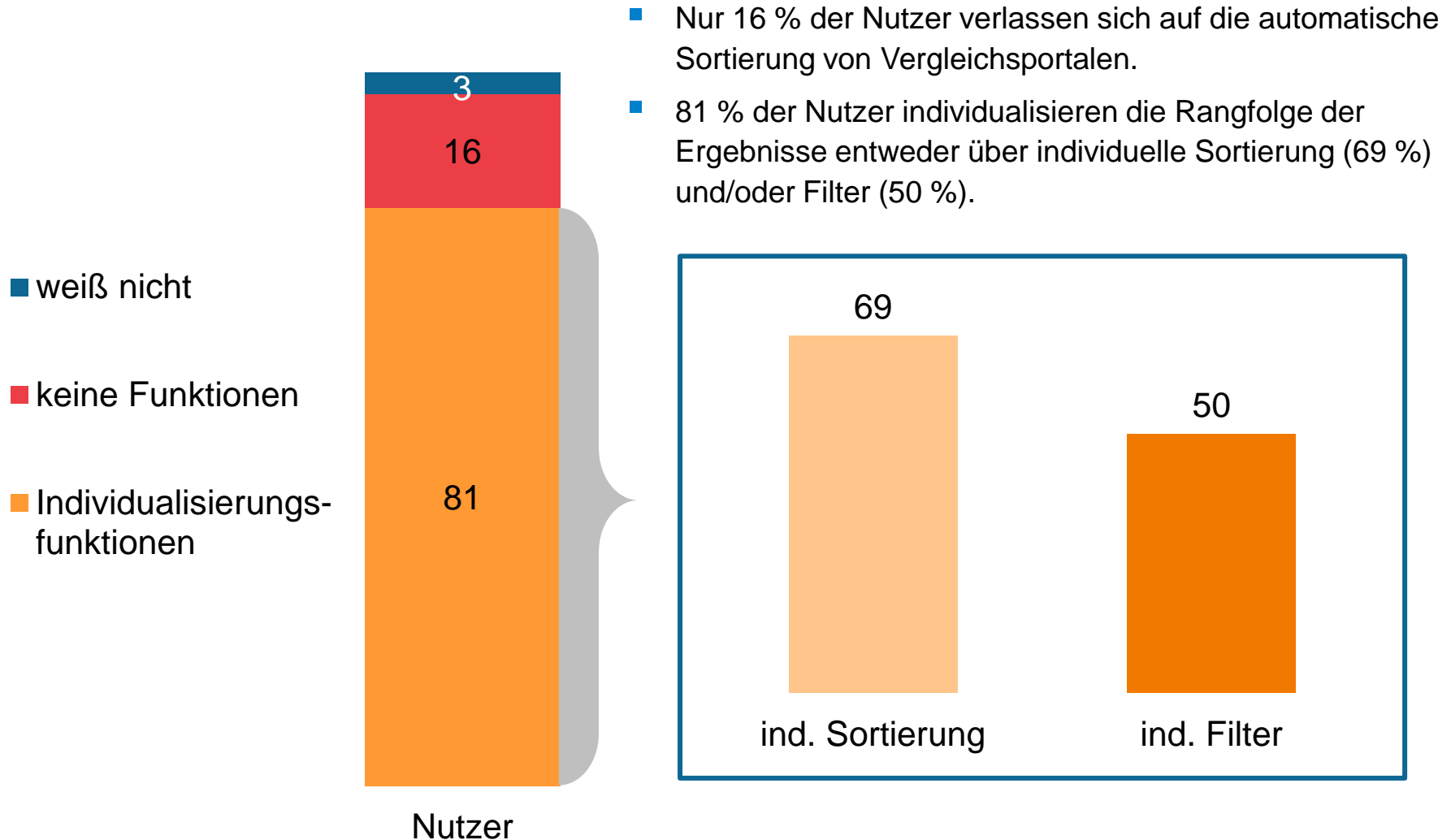
Angaben in %; Basis: Alle Befragten: n=2.045; Nutzer (gesamt): n=1.444; Abschluss n=491

\*Nutzer n=434; Abschluss n=201; Summe aus „stimme voll und ganz zu“ und „stimme eher zu“; Statement: *Informationen zu Produkten und Dienstleistungen sind auf Vergleichsportalen übersichtlich aufbereitet.*



# Verbraucher nehmen das Ranking selbst in die Hand

81 % der Nutzer nutzen Individualisierungsfunktionen

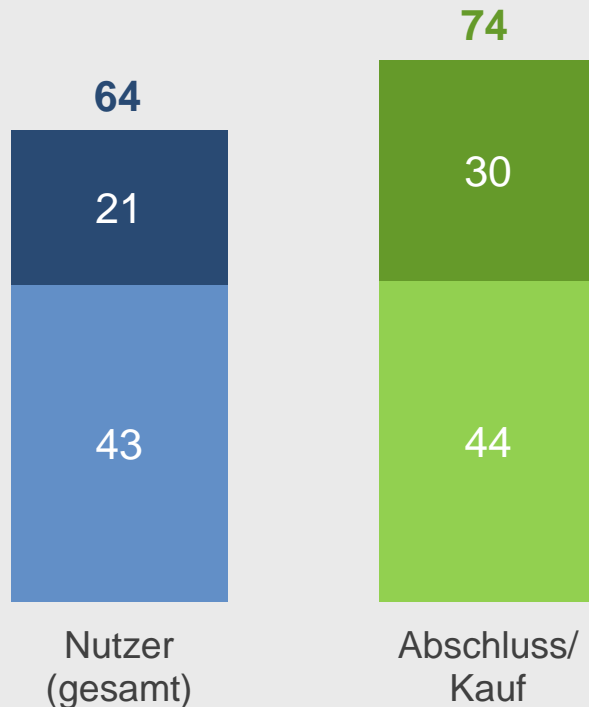


# 64 % der Nutzer finden es leicht, Verträge zu wechseln

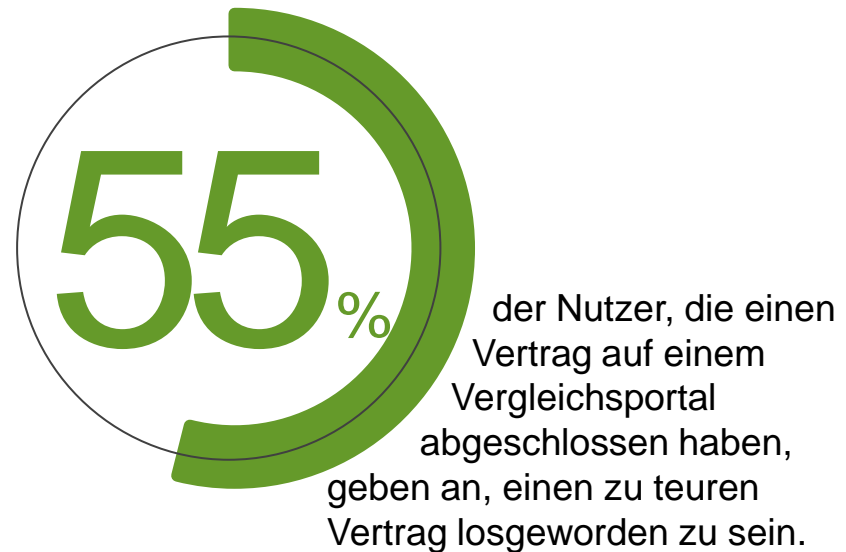
## 55 % sind so einen zu teuren Vertrag losgeworden

*Vergleichsportale erleichtern den Wechsel von Verträgen.*

- stimme voll und ganz zu
- stimme eher zu



- 64 % der Nutzer von Vergleichsportalen stimmen zu, dass diese es ihnen erleichtern, ihre Verträge zu wechseln.
- 74 % derer, die in den letzten zwölf Monaten einen Vertrag direkt über ein Vergleichsportal abgeschlossen haben, stimmen dieser Aussage zu.
- Das zeigt Wirkung:



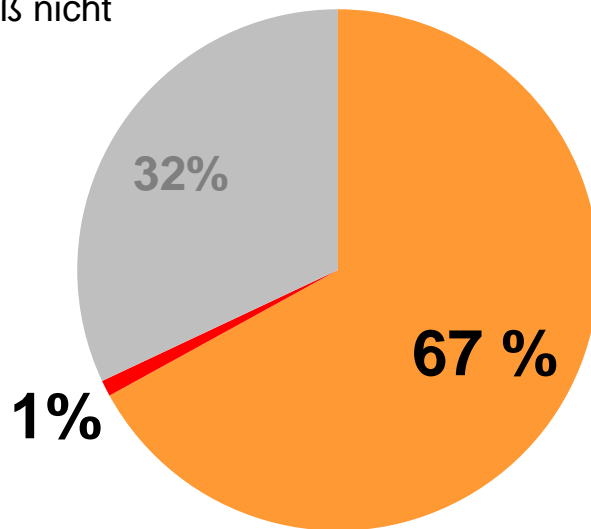
Angaben in %; Basis: Alle Befragten: n=2.045;  
Nutzer (gesamt): n=1.444; Abschluss n=491

# 87 % der Nutzer kennen das Geschäftsmodell

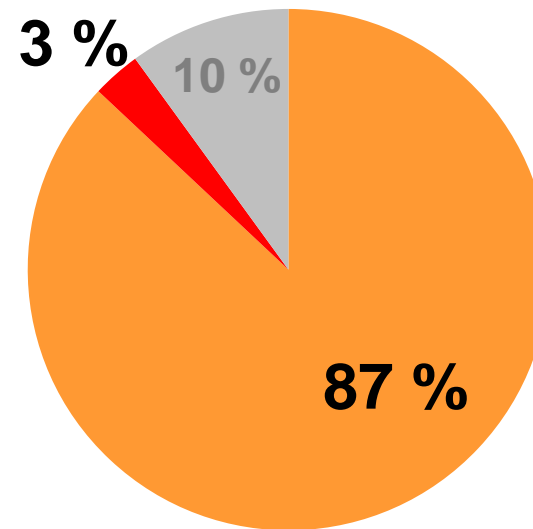
Fast niemand glaubt, dass Vergleichsportale gemeinnützig agieren

- **87 % der Nutzer** gehen davon aus, dass Vergleichsportale Provisionen erhalten und/oder mit Werbung Geld verdienen.
- Gerade mal **1 % der Nichtnutzer** und **3 % der Nutzer** glauben, dass Vergleichsportale gemeinnützig handeln.

- Werbung und/oder Provisionen
- gemeinnützig
- weiß nicht



Nichtnutzer



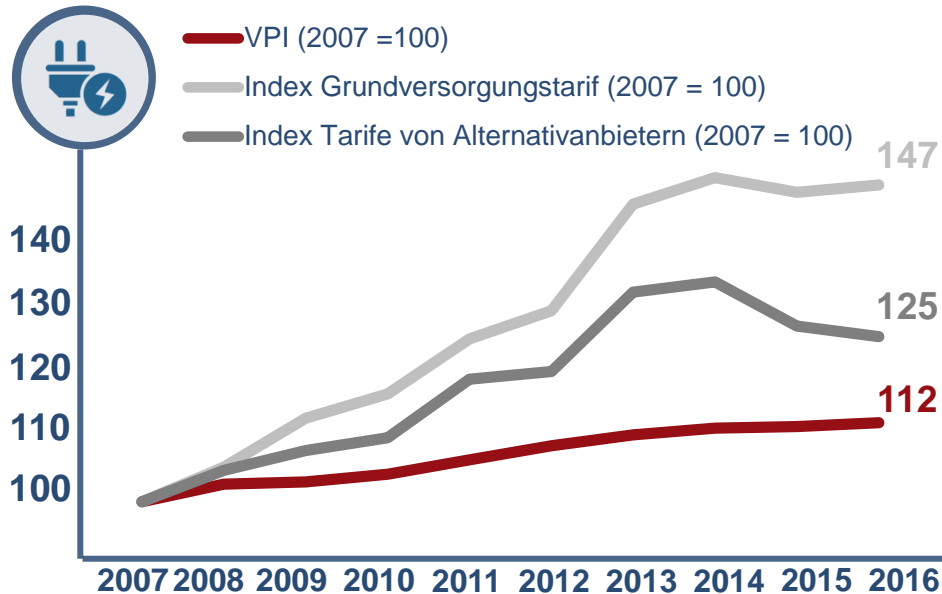
Nutzer

# Einsparpotenziale durch Vergleichsportale

Ein breiter Marktüberblick schafft finanzielle Vorteile

# Wettbewerb unter Strom

In 2015 dreimal so viele Stromvertragswechsel wie noch 2007



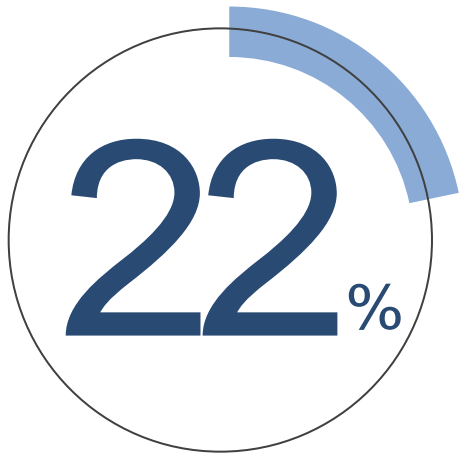
- Seit 2012 haben sich die Durchschnittspreise von Alternativtarifen von der Preisentwicklung der Grundversorgung entkoppelt.
- Die Markttransparenz, die durch Vergleichsportale geschaffen wird, hat an dieser Entwicklung einen großen Anteil.

- Die Anzahl der Lieferantenwechsel (außerhalb von Umzügen) hat sich von 2007 bis 2015 fast verdreifacht.
- Verbraucher profitieren besonders stark, da die Stromkosten einen großen Anteil am Haushaltsbudget ausmachen.

# Einsparpotenziale Strom

Durch Vergleichsportale wurden insgesamt 373 Mio. Euro in 2016 gespart

## Individuelle Einsparung durch Vergleichsportalnutzung\*



im Durchschnitt entspricht das

**Single-Haushalt** **196 €**  
pro Jahr

bis

**4 Personen-Haushalt** **475 €**  
pro Jahr

## Wie viel wird aktuell über Vergleichsportale gespart? \*\*

Heute sind etwa 23,5 % der bestehenden Verträge über ein Vergleichsportale abgeschlossen worden.<sup>1</sup> Bezogen auf das Jahr 2016 ergibt sich eine Gesamtersparnis von

**373**  
Mio. €

## Wie viel könnte über Vergleichsportale gespart werden? \*\*\*

Wenn alle Haushalte, die sich in der Grundversorgung oder in einem anderen Vertrag mit ihrem Grundversorger befanden, in den günstigsten Tarif gewechselt hätten, wäre durch den Einsatz von Vergleichsportalen eine Gesamtersparnis von

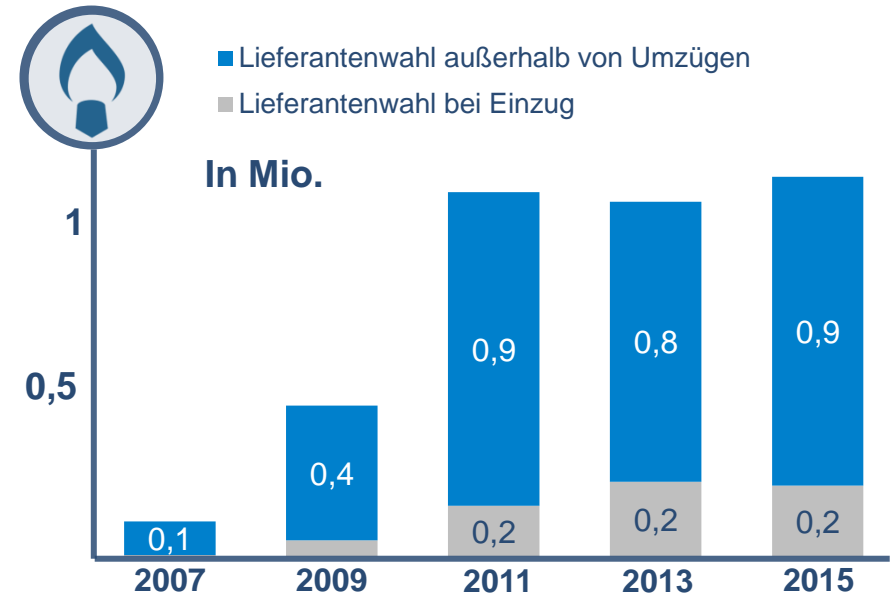
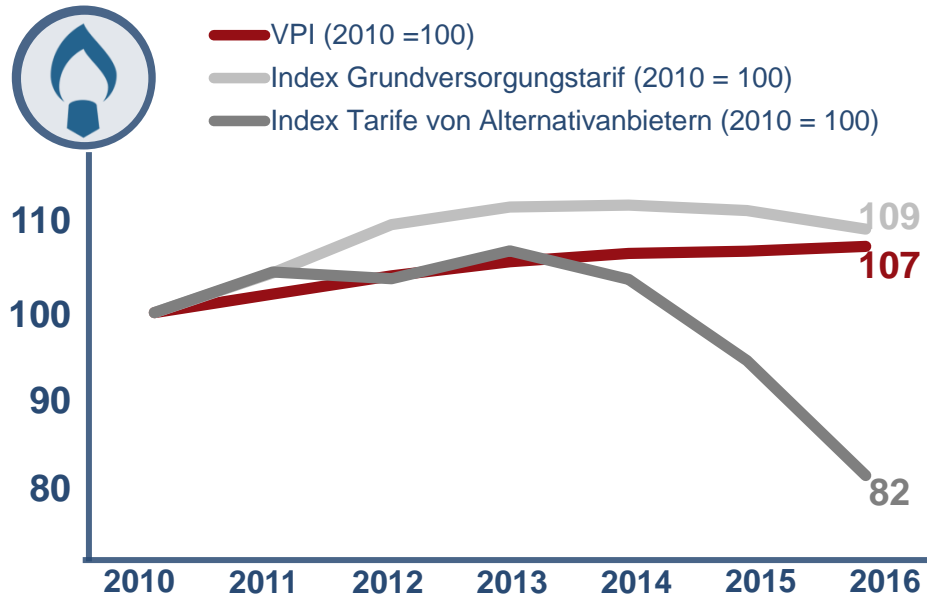
**5,4**  
Mrd. €

in 2016 erzielt worden.

\*Mit Hilfe von Vergleichsportalen sparen Verbraucher im Durchschnitt 22 % im Vergleich zur Grundversorgung. \*\*Basierend auf tatsächlichen Einsparungen gemessen von CHECK24 und einer Fortschreibung der Anzahl von Lieferantenwechsellern der BNetzA. Berücksichtigt wurden vier HH-Größen (1, 2, 3, 4+ Personen). Da viele Verbraucher Vergleichsportale zur Information nutzen, um dann anderswo den günstigsten Tarif zu erwerben, ist der mittelbare Effekt von Vergleichsportalen deutlich größer. \*\*\*Berücksichtigt wurden drei HH-Größen (1, 2, 3+ Personen). Bezugsjahr durchgängig 2016  
1 YouGov. 2016. ComparisonCheck Energie.

# Einfacher Wechsel erhöht den Druck im Gasmarkt

Seit 2007 hat sich die Anzahl der Vertragswechsel verneunfacht



- Tarife von Alternativanbietern für Gas unterschreiten seit 2014 die allgemeine Preisentwicklung deutlich.
- Die Markttransparenz, die durch Vergleichsportale geschaffen wird, hat an dieser Entwicklung einen großen Anteil.

- Die Wechselhäufigkeit im deutschen Endkundenmarkt hat sich seit 2007 verneunfacht.\*
- Der entstehende Wettbewerb ist für Verbraucher besonders wertvoll, da die Kosten für Gas einen großen Anteil am Haushaltsbudget ausmachen.

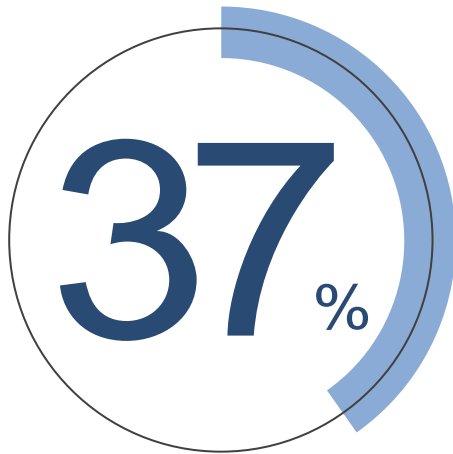
VPI = Verbraucherpreisindex; Quellen: Statistisches Bundesamt; BNetzA; CHECK24; eigene Berechnungen

\*ohne Lieferantenwahl bei Einzug

# Einsparpotenziale Gas

Durch Vergleichsportale wurden insgesamt 188 Mio. Euro in 2016 gespart

## Vorteil durch Vergleichsportalnutzung\*



im Durchschnitt entspricht das

**Single-Haushalt** **213 €**  
pro Jahr

bis

**4 Personen-Haushalt** **868 €**  
pro Jahr

## Wie viel wird aktuell über Vergleichsportale gespart?

Heute sind etwa 22,1 % der bestehenden Verträge über ein Vergleichsportale abgeschlossen worden.<sup>1</sup> Bezogen auf das Jahr 2016 ergibt sich eine Gesamtersparnis von

**188**  
Mio. €

## Wie viel könnte über Vergleichsportale gespart werden?

Wenn alle Haushalte, die sich in der Grundversorgung oder in einem anderen Vertrag mit ihrem Grundversorger befanden, in den günstigsten Tarif gewechselt hätten, wäre durch den Einsatz von Vergleichsportalen eine Gesamtersparnis von

**2,2**  
Mrd. €

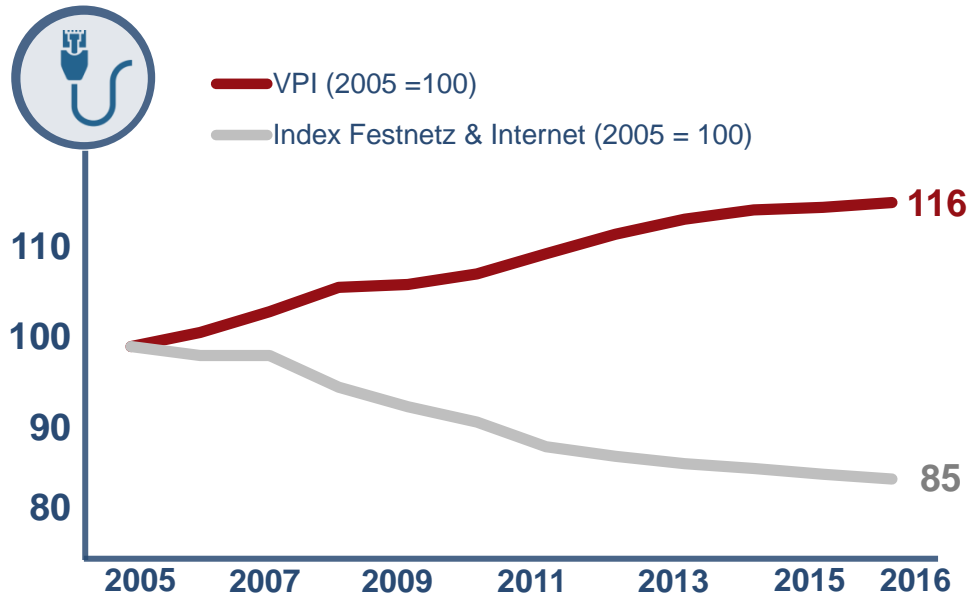
in 2016 erzielt worden.

\*Mit Hilfe von Vergleichsportalen sparen Verbraucher im Durchschnitt 37 % im Vergleich zur Grundversorgung. \*\*Basierend auf tatsächlichen Einsparungen gemessen von CHECK24 und einer Fortschreibung der Anzahl von Lieferantenwechsellern der BNetzA. Berücksichtigt wurden vier HH-Größen (1, 2, 3, 4+ Personen). Da viele Verbraucher Vergleichsportale zur Information nutzen, um dann anderswo den günstigsten Tarif zu erwerben, ist der mittelbare Effekt von Vergleichsportalen deutlich größer. \*\*\*Berücksichtigt wurden drei HH-Größen (1, 2, 3+ Personen). Bezugsjahr durchgängig 2016  
1 YouGov. 2016. ComparisonCheck Energie.

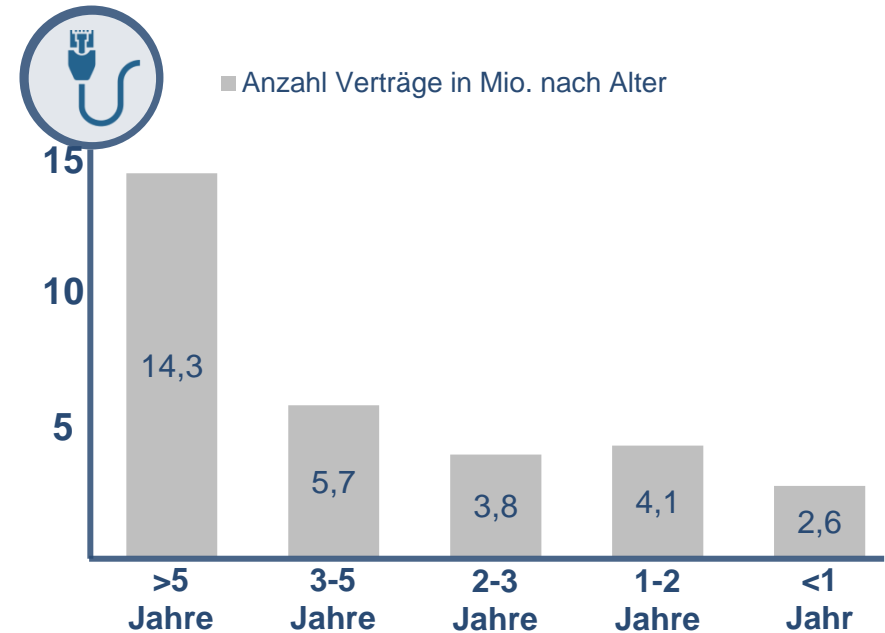


# Preise für Internet-Zugang entwickeln sich günstig

Etwa die Hälfte der Kunden würde trotzdem vom Wechsel profitieren



- Seit 2005 haben sich die Endkundenpreise für Telekommunikation und insbesondere Breitbandanschlüsse kontinuierlich im Vergleich zur allgemeinen Preisentwicklung deutlich vergünstigt.



- Fast jeder zweite der 30,7 Mio. Breitband-Verträge in Deutschland ist älter als fünf Jahre und bietet wahrscheinlich nicht mehr optimale Konditionen.
- Vergleichsportale erleichtern durch zahlreiche Serviceangebote den Wechsel.

# Einsparpotenziale Breitband

Durch Vergleichsportale sparen Verbraucher etwa 363 €

## Vorteil durch Vergleichsportalnutzung\*



im Durchschnitt entspricht das

**363 €  
pro Jahr**

## Wie viel wird aktuell über Vergleichsportale gespart?\*\*\*

Heute sind etwa 1.5% der bestehenden Verträge über ein Vergleichsportale abgeschlossen worden.<sup>1</sup> Bezogen auf die Vertragswechsel im Jahr 2016 ergibt sich eine Einsparung von

**12  
Mio. €**

## Wie viel könnte über Vergleichsportale gespart werden?\*\*\*

Wenn alle Haushalte, deren Vertrag kündbar ist, tatsächlich zum jeweils günstigsten Anbieter gewechselt hätten, wäre durch den Einsatz von Vergleichsportalen eine Gesamtersparnis von

**7,3  
Mrd. €**

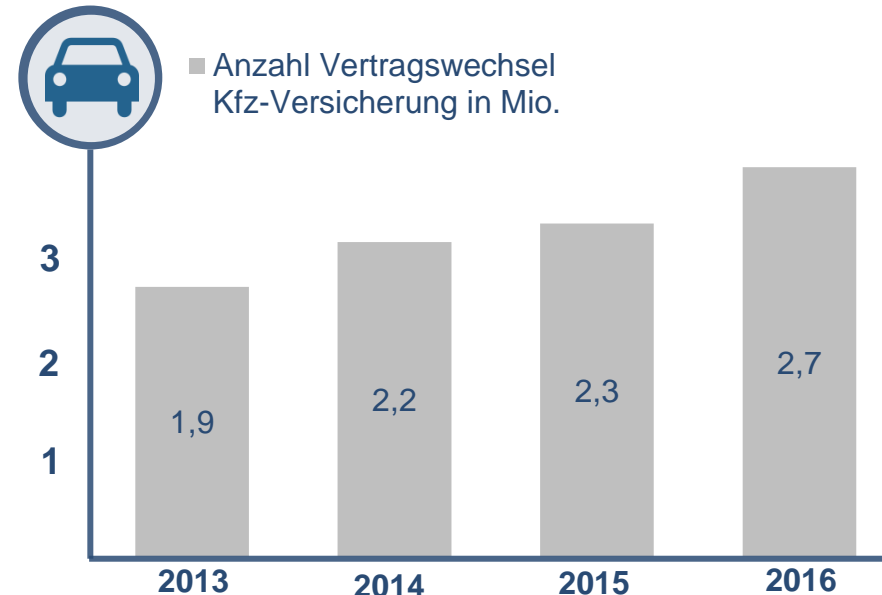
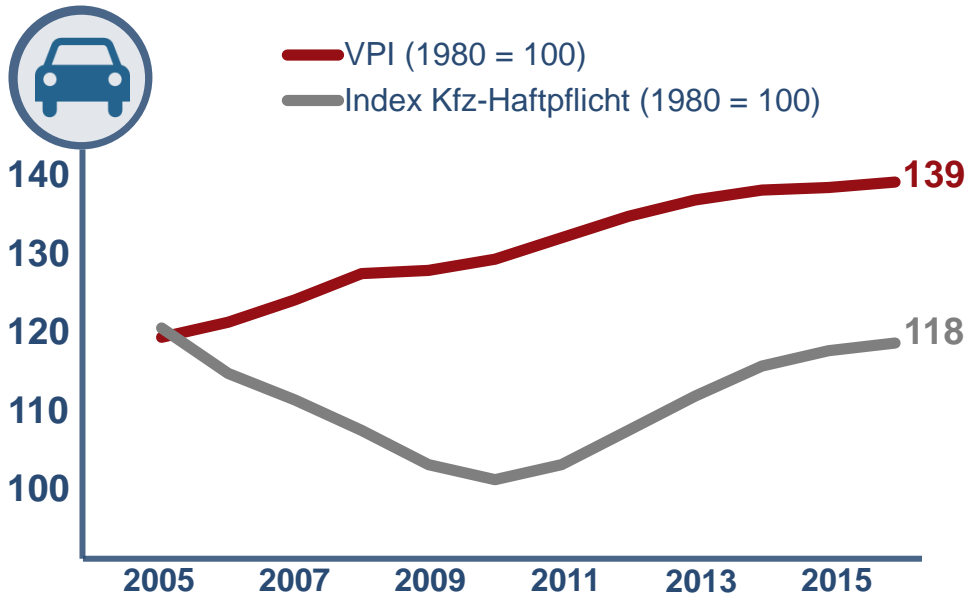
im Vergleich zum jeweils teuersten Anbieter in 2016 erzielt worden.

\*Mit Hilfe von Vergleichsportalen können Verbraucher im Durchschnitt etwa 58 % zwischen dem günstigsten gelisteten Anbieter und dem teuersten gelisteten Anbieter für die gleiche Bandbreite in ihrer Stadt sparen. Grundlage: Erhebung von Marktdaten durch CHECK24 in den 50 größten Städten Deutschlands. \*\*Hochgerechnet auf Basis der durchschnittlichen Differenz aus teuerstem und günstigstem Anbieter sowie der Anzahl der Anbieterwechsel in 2016 (WIK Daten). Da viele Verbraucher Vergleichsportale zur Information nutzen, um dann anderswo den günstigsten Tarif zu erwerben, ist der mittelbare Effekt von Vergleichsportalen deutlich größer. \*\*\*Hochgerechnet auf Basis der durchschnittlichen Differenz aus teuerstem und günstigstem Anbieter sowie der Anzahl der Verträge, die älter als 24 Monate sind und damit einen Anbieterwechsel zulassen.

<sup>1</sup> Competition and Markets Authority. 2017. Digital Comparison Tools Market Study. Final Report.

# Jeder Autohalter braucht sie – die Kfz-Haftpflicht

## Vergleichsportale haben den Markt aufgemischt



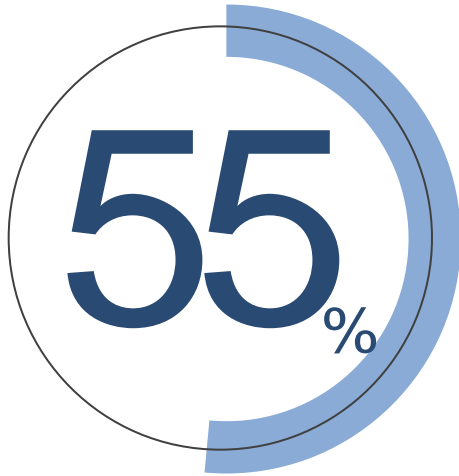
- Zwischen 2005 und 2011 konnten Konsumenten von deutlich sinkenden Preisen für Kfz-Haftpflichtversicherungen profitieren.
- Etwa seit 2012 entwickeln sich die Preise wieder fast genauso wie der allgemeine Preisindex.

- Seit 2013 steigt die Anzahl der Wechsler stetig an.
- Vergleichsportale erleichtern durch ihre zahlreichen Serviceangebote den Wechsel.

# Einsparpotenziale Kfz-Haftpflicht

Durch Vergleichsportale sparen Verbraucher etwa 414 €

**Vorteil durch Vergleichsportalnutzung\***



im Durchschnitt entspricht das

**414 €  
pro Jahr**

**Wie viel wird aktuell über Vergleichsportale gespart?\*\*\***

Heute werden etwa 8,4 % der neuen Verträge über ein Vergleichsportale abgeschlossen.<sup>1</sup> Bezogen auf das Jahr 2016 ergibt sich eine Einsparung von

**728  
Mio. €**

**Wie viel könnte über Vergleichsportale gespart werden?\*\*\***

Wenn alle privaten Kfz-Halter Vergleichsportale für die Versicherung ihres Wagens genutzt hätten, wäre eine Gesamtersparnis von

**5,2  
Mrd. €**

Im Jahr 2016 erzielt worden.

\*Mit Hilfe von Vergleichsportalen sparen Verbraucher im Durchschnitt 55 % im Vergleich zum teuersten Vergleichstarif. \*\*Basierend auf 15 Musterprofilen, die entsprechend der verschiedenen Fahrzeugklassen (Pkw) ausgewählt wurden (CHECK24). Für die Hochrechnung wurden private Neuwagenkäufe (bereinigt um Flottengeschäft) sowie Besitzumschreibungen (KBA) und die restlichen Anbieterwechsel (YouGov) in 2016 berücksichtigt. Da viele Verbraucher Vergleichsportale zur Information nutzen, um dann anderswo den günstigsten Tarif zu erwerben, ist der mittelbare Effekt von Vergleichsportalen deutlich größer. \*\*\*Bezogen auf private Neuwagenkäufe (bereinigt um Flottengeschäft) sowie Besitzumschreibungen (KBA) und die restlichen Anbieterwechsel (YouGov) in 2016.

<sup>1</sup> Willis Towers Watson. 2016. Vertriebswege-Survey 2016 zur Schaden/Unfallversicherung.

# Umfeldanalyse zu Vergleichsportalen

# Drei Generationen von Vergleichsportalen?

## In der Praxis scheitert die klare Abgrenzung der Dienste

### 1. Generation

Vergleichsportale der ersten Generation tragen eine große Masse an Informationen in kurzer Zeit zusammen.

- ▶ Marktüberblick für Verbraucher mit Produktpreis als wichtigstem Suchkriterium

### 2. Generation

Die zweite Portalgeneration zeichnet sich durch vielfältige Möglichkeiten der Personalisierung aus.

- ▶ Individualisierte Suchanfragen und Ergebnislisten sowie gezielte Beratung und Unterstützung beim Kauf durch individuelle Sortierung und Filter

### 3. Generation

Die dritte Generation von Buchungs- und Vergleichsportalen begleitet – von der ersten Orientierung bis zum Vertragsabschluss - durch den gesamten Kaufprozess.

- ▶ Begleitung auch nach Abschluss, transparente Geschäftsmodelle und Verwaltungsfunktionen fördern Selbstbestimmung des Verbrauchers nachhaltig.

- Das 3-Generationen-Konzept von Knieper<sup>1</sup> gibt einen guten Überblick über die verschiedenen Arten von Vergleichsportalen in Deutschland.
- Jedoch überlappen die drei Generationen untereinander in der Praxis. Ebenso sind viele Vergleichsportale nur schwer von anderen Diensten, die Verbraucher im Internet nutzen, abgrenzbar.
- Unsere Analyse von über 100 in Deutschland relevanten Vergleichsportalen zeigt:
  - Vergleichsportale richten sich klar an Kundenbedürfnissen aus

<sup>1</sup> Knieper, Thomas. 2016. Konsumenten verstehen - Was der digitale Verbraucher heute will und was er bekommt. Grundlagenstudie Buchungs- und Vergleichsportale. Heidelberg: Verivox.

# 3-Generationenmix

Kundenbedürfnisse sind entscheidend für die Nutzung

***„Ich weiß genau was ich will und suche einen günstigen Verkäufer.“***

Reine Preissuchmaschinen:

- Die häufigste Form von Vergleichsportalen
- Kaum von Marktplätzen wie Amazon Marketplace oder Ebay zu unterscheiden
- Typische Vertreter (ciao.com, geizhals.de; idealo.de) decken ein breites Produktportfolio und mehrere tausend Händler ab
- Zu vergleichende Produkte und Dienstleistungen sind i.d.R. nicht individualisierbar

***„Ich weiß genau was ich will und möchte ein besonders günstiges Angebot zeitlich flexibel finden.“***

Preisroboter mit automatischer Angebotssuche und Benachrichtigung

- Automatische Suche nach Angeboten und Benachrichtigung / (teil-)automatisierter Kauf
- Wenige teilweise spezialisierte Anbieter (z.B. Google Flights)

***„Rundum-sorglos-Service“***

Vertragsverwaltung mit integrierter Vergleichsfunktion sowie Zusatzservices

- (teil-)automatische Verwaltung inkl. Kündigung von Verträgen (z.B. CHECK24, Verivox)
- Zumeist werden mehrere Gruppen von Verträgen verwaltet (z.B. comparis.ch, aboalarm.de, outbank App)

***„Ich weiß (in etwa) was ich will und möchte mich informieren, welche Angebote es gibt.“***

Preissuchmaschinen mit Individualisierungsfunktionen:

- Zweithäufigste Form von Vergleichsportalen
- Ähnlichkeiten mit Marktplätzen
- Oft enge Spezialisierung der Anbieter (z.B. Trivago, Blumen.de, bestattungen.de)

***„Ich suche gut aufbereitete Informationen zu komplexen Dienstleistungen.“***

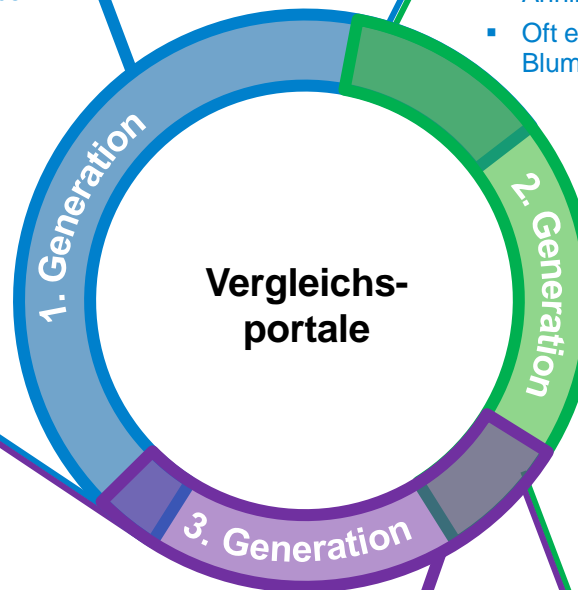
Vergleichsportale mit standardisierter Information für komplexe Dienstleistungen:

- Ähnlichkeiten zu Fach- und Bewertungsportalen
- Teilweise kann direkt auf dem Portal abgeschlossen / gekauft werden (z.B. CHECK24, Verivox)
- Oft enge Spezialisierung der Anbieter (z.B. billiger-mietwagen.de, ab-in-den-urlaub.de)

***„Ich suche automatisierte Information, so dass ich meine Verträge verwalten kann.“***

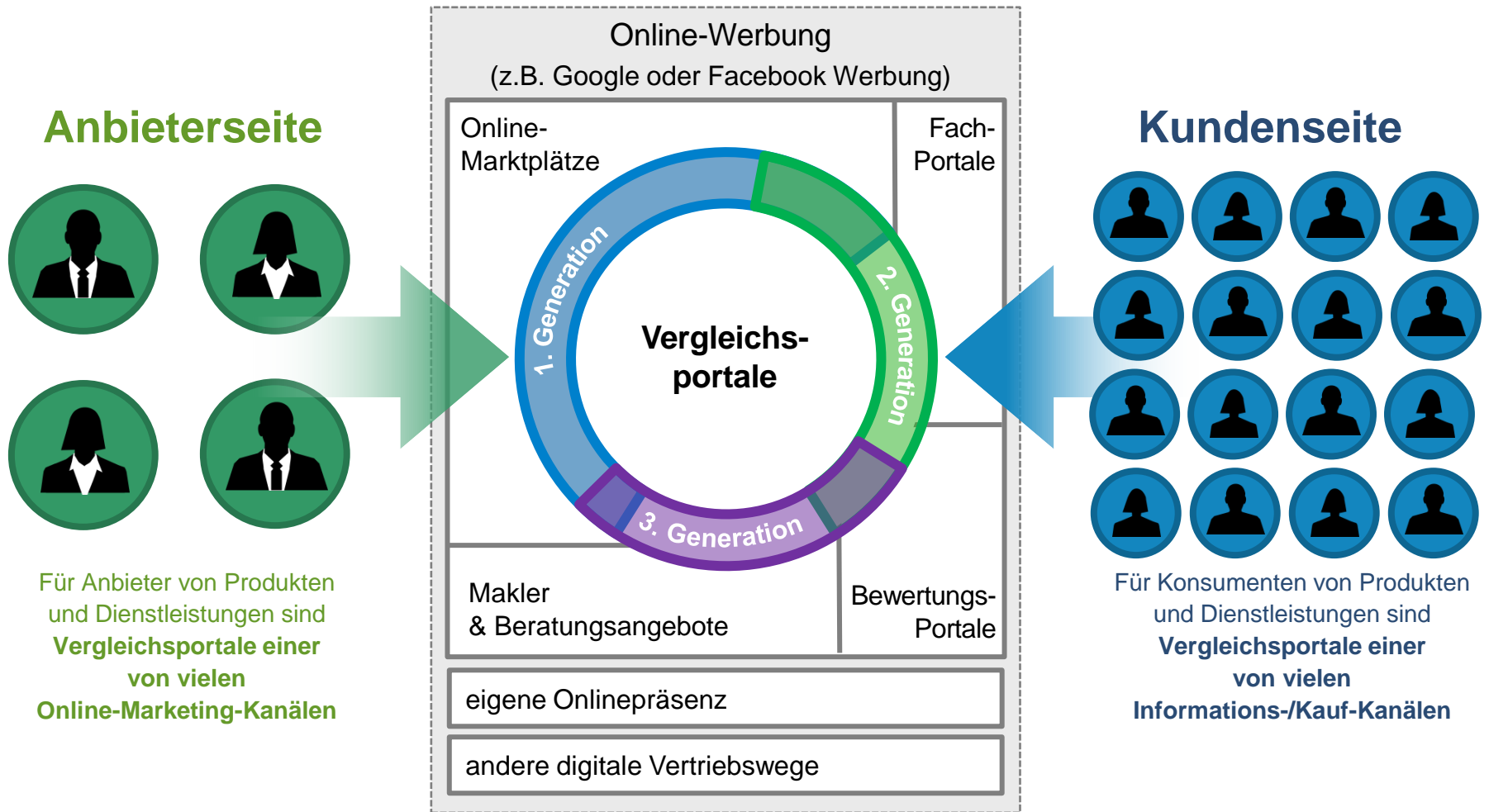
Vergleichsportale mit standardisierter Information für komplexe Dienstleistungen und Zusatzservices wie Erinnerungsfunktion:

- Abschluss und Verwaltung von Verträgen sind direkt auf dem Portal verfügbar
- Oft enge Spezialisierung der Anbieter (z.B. handytarife.de)



# Vergleichsportale konkurrieren mit anderen Diensten

Anbieter wollen Aufmerksamkeit – Kunden wollen Information



Die Abgrenzung der einzelnen Online-Marketing-Kanäle fällt oft schwer.



# Fazit

- Vergleichsportale erleichtern den Wechsel von Verträgen. Das zeigt Wirkung:
  - **55 % der Nutzer** mit einem Vertragsabschluss über Vergleichsportale **sind im letzten Jahr zumindest einen zu teuren oder nicht optimalen Vertrag losgeworden.**
  - **Von 2007 bis 2015 hat sich Anzahl der (nicht umzugsbedingten) Wechsel Im Strommarkt verdreifacht und im Gasmarkt verneunfacht.**
- Der Anteil der Verträge, die direkt über Vergleichsportale abgeschlossen werden, ist gering:
  - **Kfz-Versicherungen: 8,4 %**
  - **Energie: < 25 %**
  - **Bankprodukte: 14 %**
  - **Internetzugang: 1,5 %**
- **62 % der Nutzer sucht auf Vergleichsportalen nur nach Informationen. Nur 34 % der Nutzer schließen direkt auf Vergleichsportalen ab bzw. kaufen dort ein.**

- Konsumenten verstehen Vergleichsportale und wissen sie zu nutzen:
  - **87 % der Nutzer kennen das Geschäftsmodell von Vergleichsportalen**
  - **81 % der Nutzer individualisieren Ergebnislisten** nach ihren Präferenzen
  - **40 % der Deutschen setzen auf mehr als ein Vergleichsportal**, um sich zu informieren und/oder Verträge abzuschließen bzw. einzukaufen
- Vergleichsportale demokratisieren den Wettbewerb:
  - **Gerade weniger bekannte Marken haben durch Vergleichsportale eine gesteigerte Chance, Neukunden zugewinnen**
  - **72 % der Nutzer**, die auf Vergleichsportalen eine Vertrag abgeschlossen haben, **haben hier schon Angebote von Anbietern gefunden, die sie vorher nicht kannten**

- In allen vier betrachteten Bereichen schaffen Vergleichsportale klare finanzielle Mehrwerte für Verbraucher. Die Höhe der tatsächlichen Einsparungen pro Jahr (je Wechsler; alle Wechsler) durch Vergleichsportale betrug in 2016:
  - bei **Strom:** Ø **196 bis 475 Euro** pro Jahr, insgesamt etwa **373 Mio. Euro**.
  - bei **Gas:** Ø **213 bis 868 Euro** pro Jahr, insgesamt etwa **188 Mio. Euro**.
  - bei **Breitband:** Ø **363 Euro** pro Jahr, insgesamt **12 Mio. Euro**.
  - bei **Kfz-Haftpflicht:** Ø **414 Euro** pro Jahr, insgesamt etwa **728 Mio. Euro**.
- Die theoretischen zusätzlichen Sparpotenziale in allen vier Bereichen sind noch deutlich höher.

## ***Auftraggeber***

Die Studie wurde im Auftrag von CHECK24 erstellt.

## ***Methode***

Die verwendeten Daten beruhen auf einer Online-Umfrage der YouGov Deutschland GmbH, an der 2045 Personen zwischen dem 18.07.2017 und 20.07.2017 teilnahmen. Die Ergebnisse wurden gewichtet und sind repräsentativ für die deutsche Bevölkerung ab 18 Jahren.

## ***Über WIK-Consult***

Das Wissenschaftliche Institut für Infrastruktur und Kommunikationsdienste (WIK) und seine 100%ige Tochter WIK-Consult in Bad Honnef beraten seit mehr als 30 Jahren öffentliche und private Auftraggeber weltweit in den Bereichen Telekommunikation, Internet, Post und Energie. Zu den Schwerpunktthemen gehören Politik, Regulierung und Strategie. Weitere Informationen finden Sie unter: [www.wik.org](http://www.wik.org).

## ***Autoren der Studie***

Dr. René Arnold – Abteilungsleiter Märkte und Perspektiven

Christian Hildebrandt – Senior Consultant

Johanna Bott – Consultant

Serpil Tas – Consultant

Dr. Anna Schneider – externe wissenschaftliche Beratung



WIK-Consult GmbH  
Postfach 2000  
53588 Bad Honnef  
Deutschland  
Tel.: +49 2224-9225-0  
Fax: +49 2224-9225-68  
eMail: [info@wik-consult.com](mailto:info@wik-consult.com)  
[www.wik-consult.com](http://www.wik-consult.com)