

Vergleichsportale in Deutschland

Endbericht

April 2018 – aktualisierte und überarbeitete Ausgabe

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 7.700 Mitarbeiter** und machten **3,9 Mrd. Euro Umsatz** in 2017.
- **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 2017:
 - bei **Strom:** Ø **174 bis 416 Euro** pro Jahr, insgesamt etwa **311 Mio. Euro.**
 - bei **Gas:** Ø **181 bis 760 Euro** pro Jahr, insgesamt etwa **170 Mio. Euro.**
 - bei **Breitband:** Ø **352 Euro** pro Jahr, insgesamt **18 Mio. Euro.**
 - bei **Kfz-Haftpflicht:** Ø **407 Euro** pro Jahr, insgesamt etwa **318 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

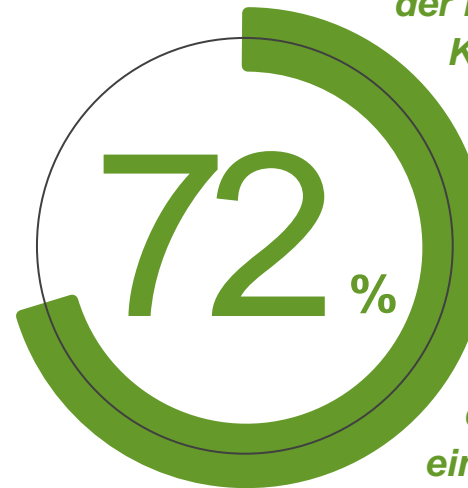
Vergleichsportale demokratisieren den Wettbewerb

Anbieter punkten mit guten Produkten, nicht mit Bekanntheit

71 % der Deutschen
nutzen Vergleichsportale



Nutzer können
**mehrere
Tausend
Angebote**
sehen.



*der Nutzer mit Abschluss /
Kauf haben hier schon
passende Angebote
von Anbietern
gefunden, die sie
vorher nicht kannten.*

➤ *Gerade weniger
bekannte Marken haben
durch Vergleichsportale
eine gesteigerte Chance,
Neukunden zugewinnen.*



29 % der Deutschen
nutzen keine Vergleichsportale

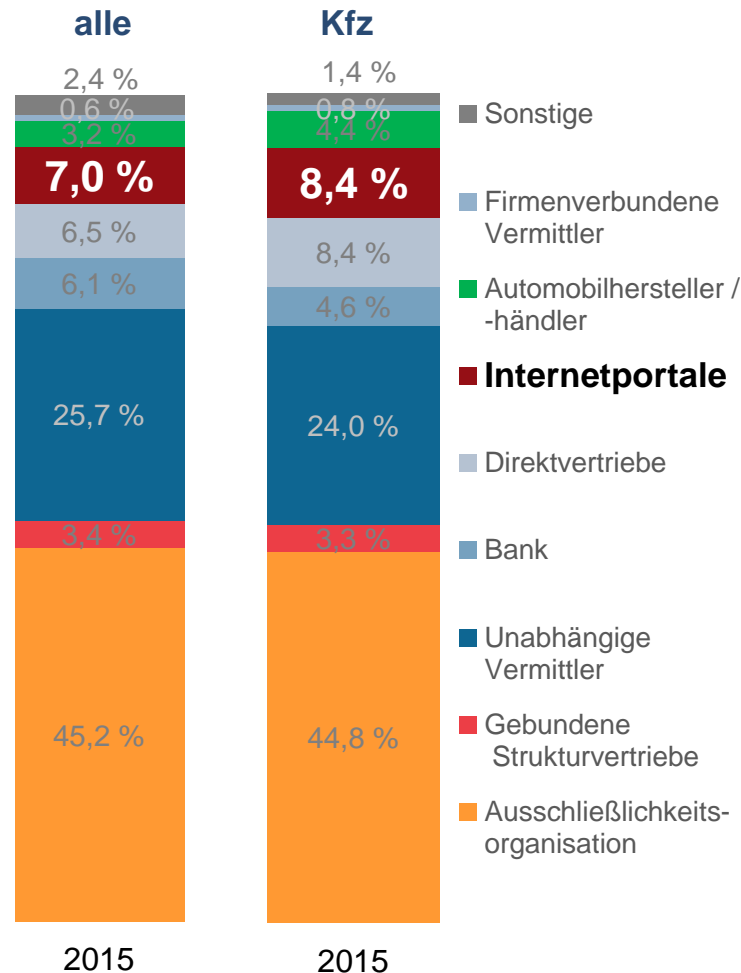
Nicht-Nutzer
beziehen bei akuter
Kaufentscheidung
durchschnittlich nur
**zwei bis drei
Anbieter**
mit ein.¹

¹ 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).

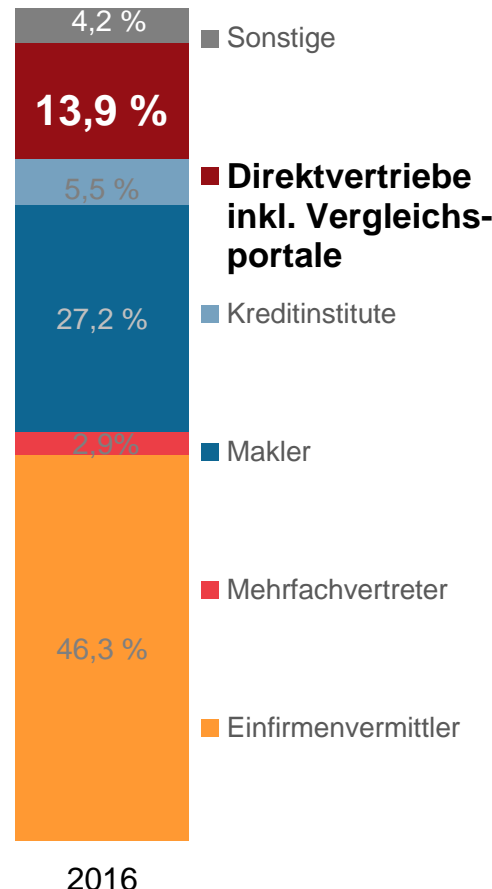
Vergleichsportale sind ein Vertriebskanal unter vielen

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

Unfall- / Schadens-Versicherungen¹



Unfall- / Schadens-Versicherungen²



Energieversorgung³

Strom

23,5%

der aktuellen Verträge wurden über Vergleichsportale abgeschlossen

Gas

22,1%

der aktuellen Verträge wurden über Vergleichsportale abgeschlossen

¹ Willis Towers Watson. 2016. Vertriebswege-Survey 2016 zur Schaden / Unfallversicherung.; ² GDV. 2017. Vertriebswege von Versicherungen 2016.

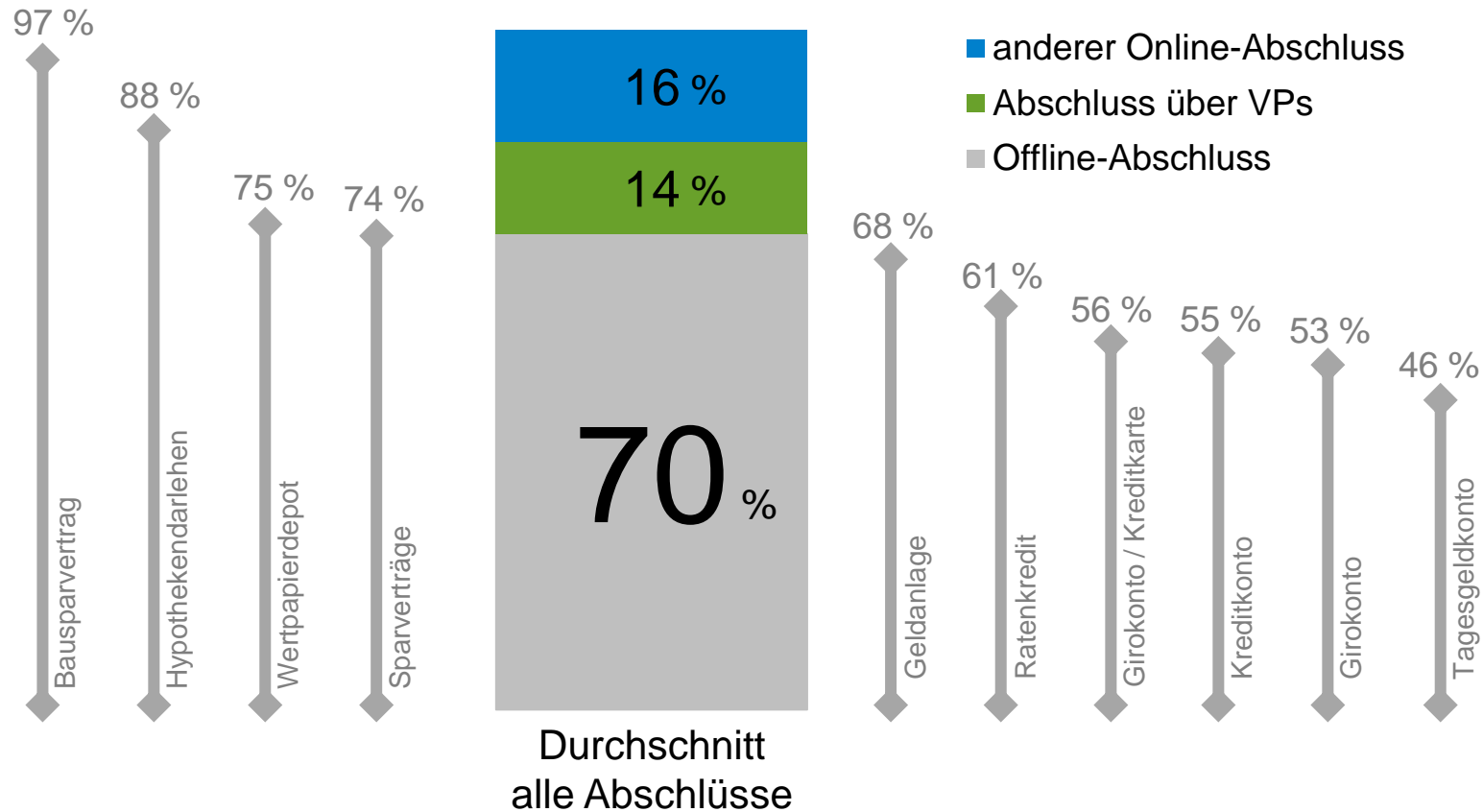
³ YouGov. 2016. ComparisonCheck Energie.

Nachrichtlich: Laut einer aktuellen Pressemitteilung von 1 Willis Towers Watson entfielen im Jahr 2017 8,7 % der Kfz Unfall und Schadensversicherungsabschlüsse auf Internetportale.

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
einem Vergleichsportal



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

~7.700 Beschäftigte und ~3,9 Mrd. Euro Umsatz

Vergleichsportale

- erwirtschaften in Deutschland einen Umsatz von etwa

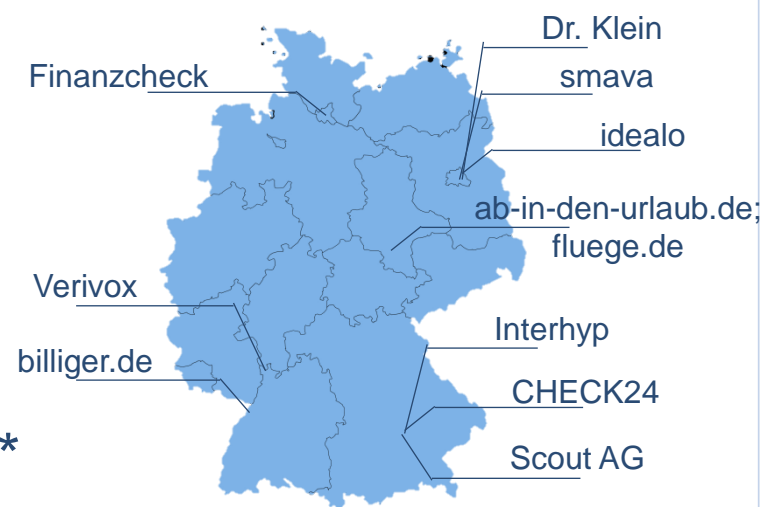
 **3,9** Mrd. €*
The image shows a stack of four coins with a Euro symbol (€) on top, positioned to the left of the large number '3,9' and the text 'Mrd. €*'. The number '3,9' is significantly larger than the text.

- beschäftigen in Deutschland etwa

 **7.700** Mitarbeiter*
The image shows a silhouette of a group of seven people in business attire, positioned to the left of the large number '7.700' and the text 'Mitarbeiter*'. The number '7.700' is significantly larger than the text.

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

Vergleichsportalen haben ihren Hauptsitz in Deutschland.



*geschätzt auf Basis **einer Analyse von 114 in Deutschland** relevanten Vergleichsportalen; Bezug auf das Vergleichsportalgeschäft
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 ~33,5 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 mehr Bewusstsein für nicht optimale Verträge

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

der Deutschen glauben, dass sie mindestens einen Vertrag haben, der zu teuer ist oder ihnen keine optimalen Leistungen bietet.

40%

51%
5+ Pers.-HH

34%

Single-HH

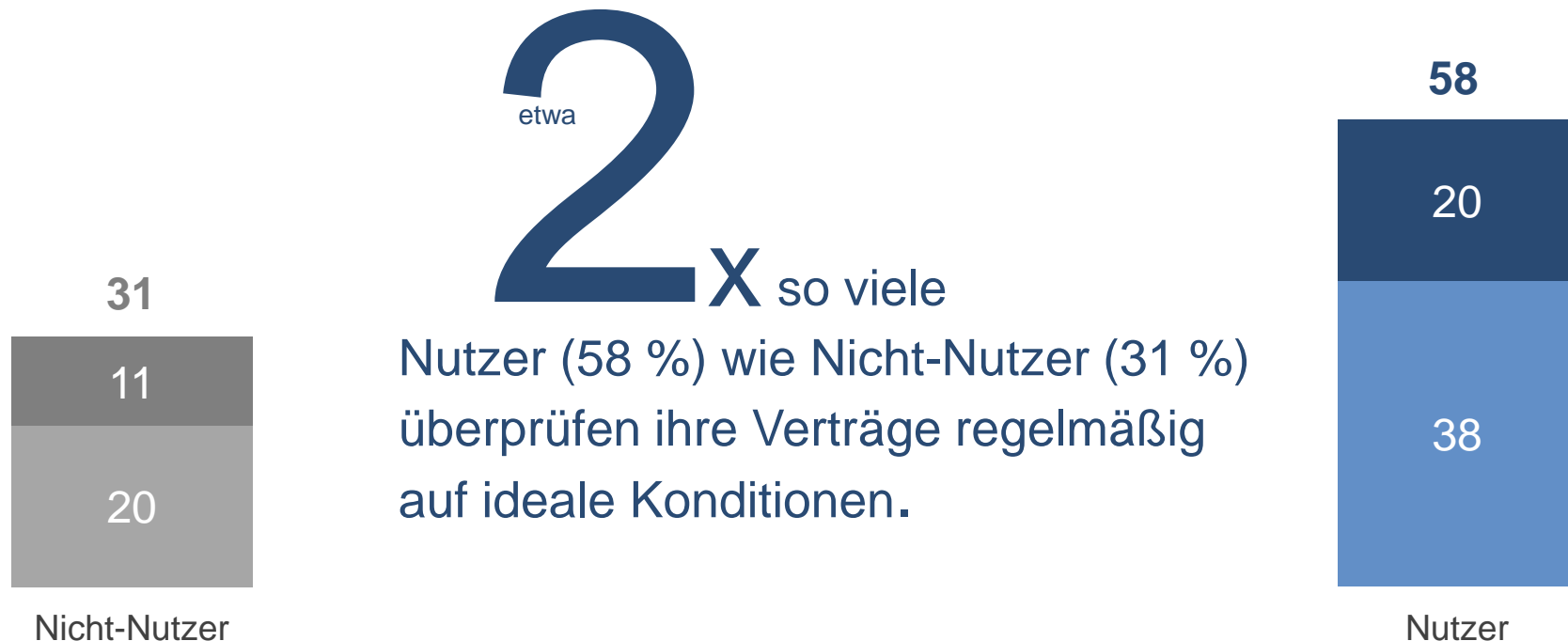
Ganz besonders entscheidet die Größe des Haushalts. Bei Single-Haushalten glauben 34 %, nicht optimale Verträge zu haben. Bei großen Haushalten sind es etwa die Hälfte.

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



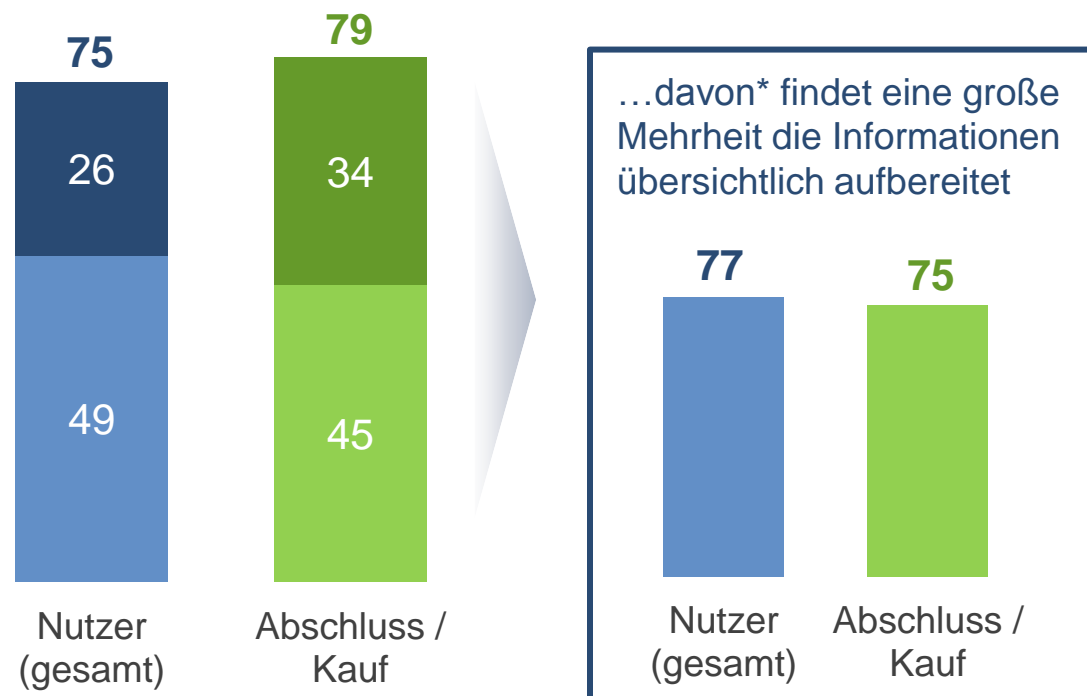
75 % der Nutzer fällt es leicht, Informationen zu finden

Vergleichsportale erleichtern das Finden und Verstehen von Information

- Die Aufbereitung entscheidet darüber, ob die 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

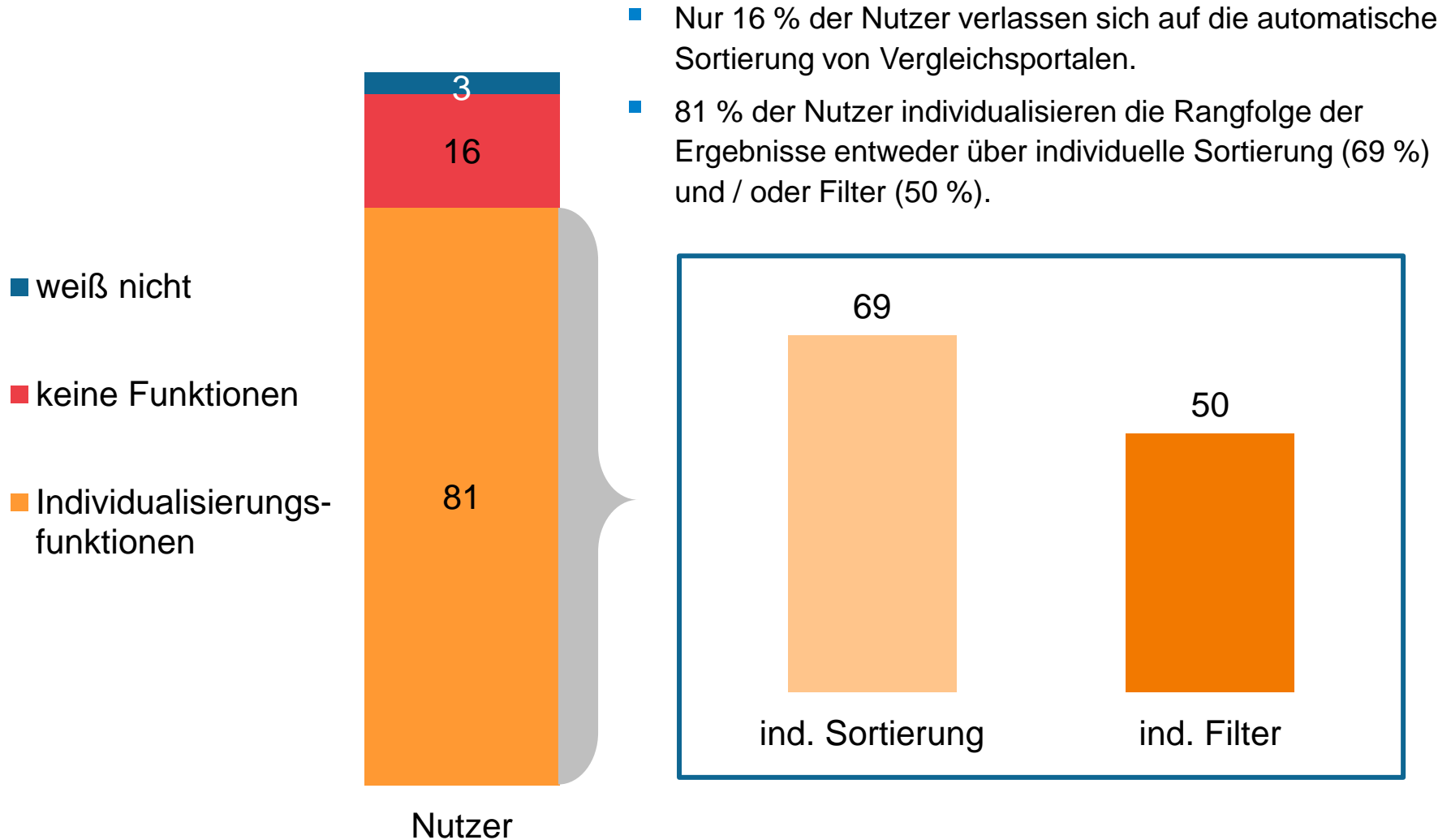


Angaben in %; Basis: Alle Befragten: n=2.045; Nutzer (gesamt): n=1.444; Abschluss n=491

*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

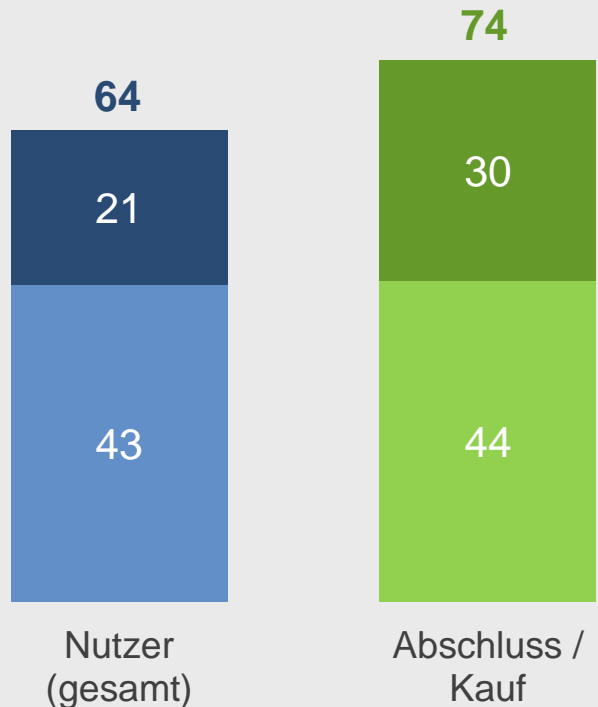


64 % der Nutzer finden es leicht, Verträge zu wechseln

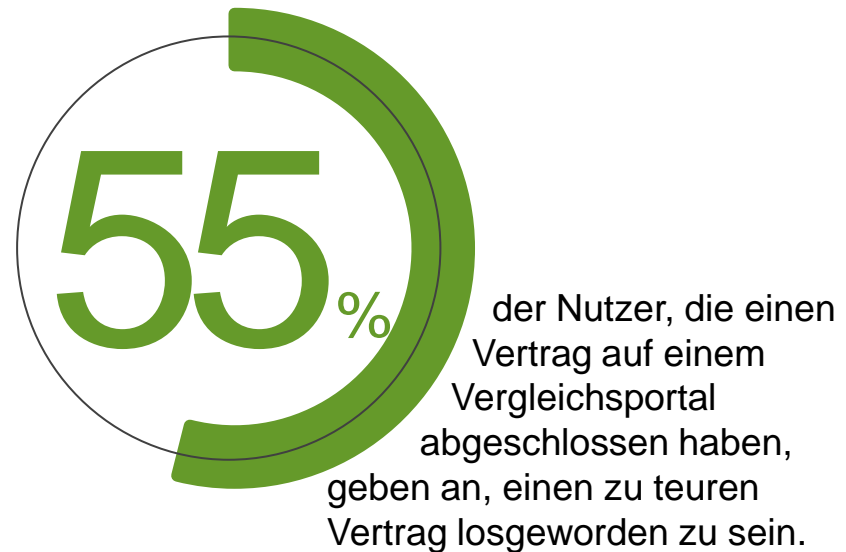
55 % sind so einen zu teuren Vertrag losgeworden

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:

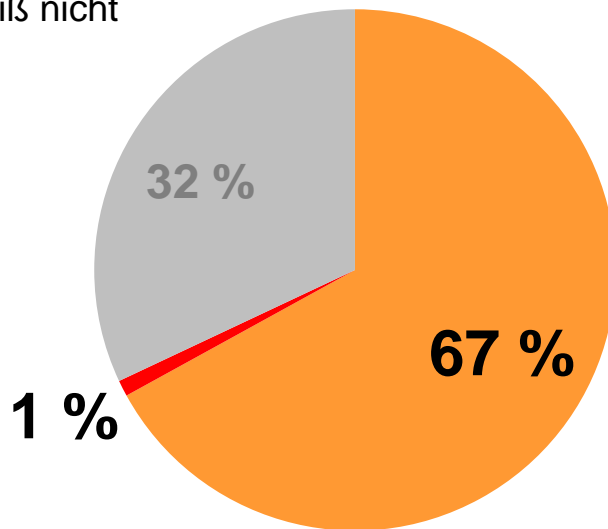


87 % der Nutzer kennen das Geschäftsmodell

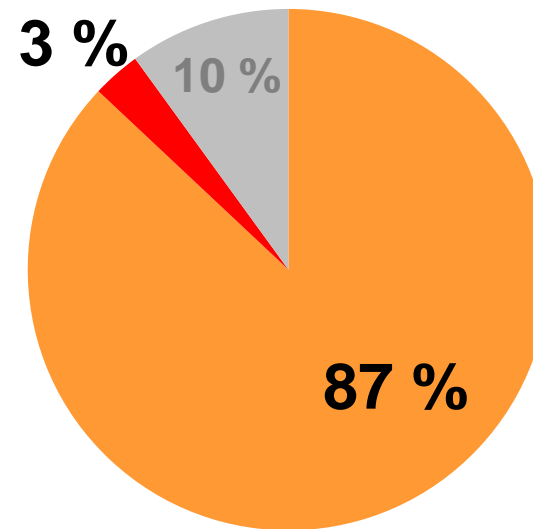
Fast niemand glaubt, dass Vergleichsportale gemeinnützig agieren

- **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



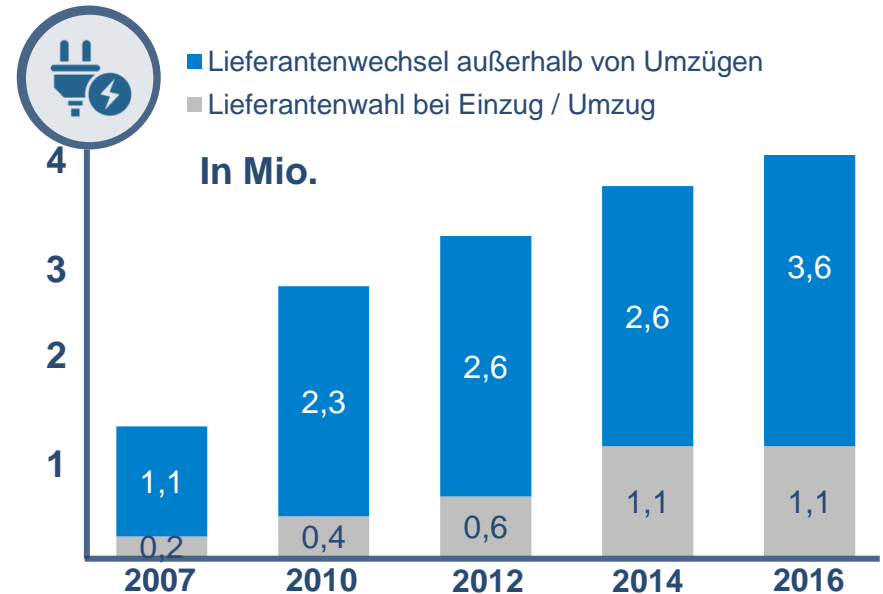
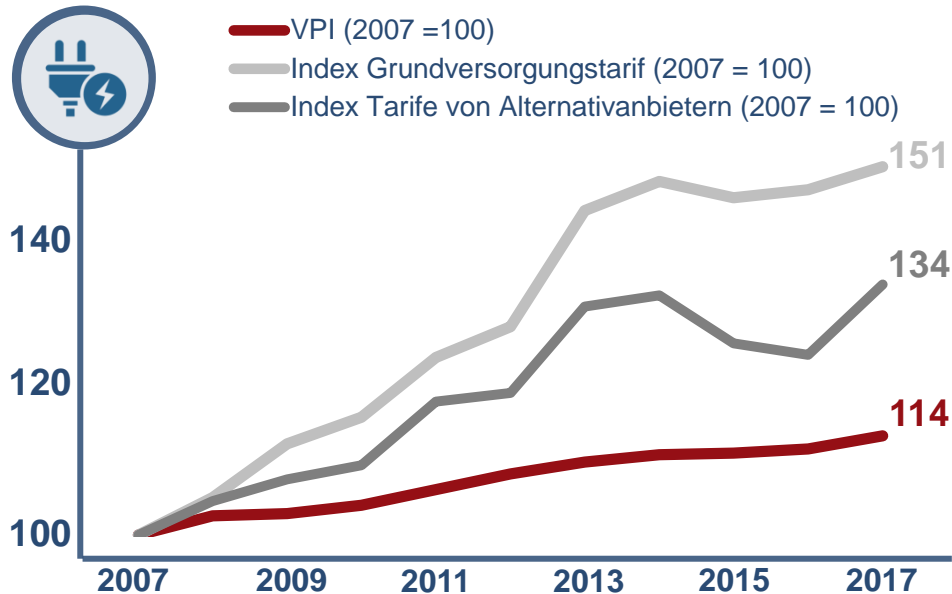
Nutzer

Einsparpotenziale durch Vergleichsportale

Ein breiter Marktüberblick schafft finanzielle Vorteile

Wettbewerb unter Strom

In 2016 mehr als dreimal so viele Stromvertragswechsel wie 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 hat sich von 2007 bis 2016 mehr als verdreifacht.*
- Verbraucher profitieren besonders stark, da die Stromkosten einen großen Anteil am Haushaltsbudget ausmachen.

Einsparpotenziale Strom

Durch Vergleichsportale wurden insgesamt 311 Mio. Euro in 2017 gespart

Individuelle Einsparung durch Vergleichsportalnutzung*



im Durchschnitt entspricht das

Single-Haushalt **174 €**
pro Jahr

bis

4 Personen-Haushalt **416 €**
pro Jahr

Wie viel wird aktuell über Vergleichsportale gespart? **

Heute sind etwa 23,5 % der bestehenden Verträge über ein Vergleichsportale abgeschlossen worden.¹ Bezogen auf das Jahr 2017 ergibt sich eine Gesamtersparnis von

311
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

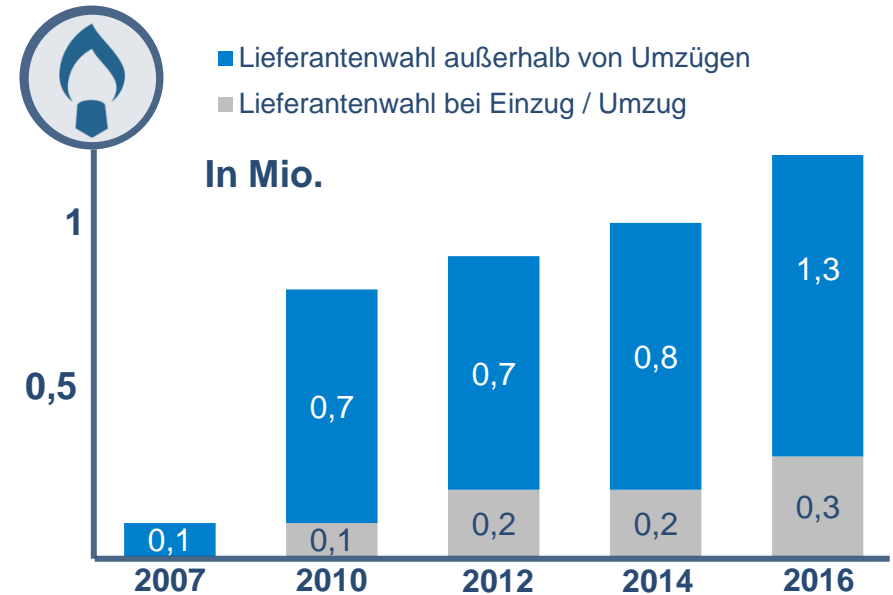
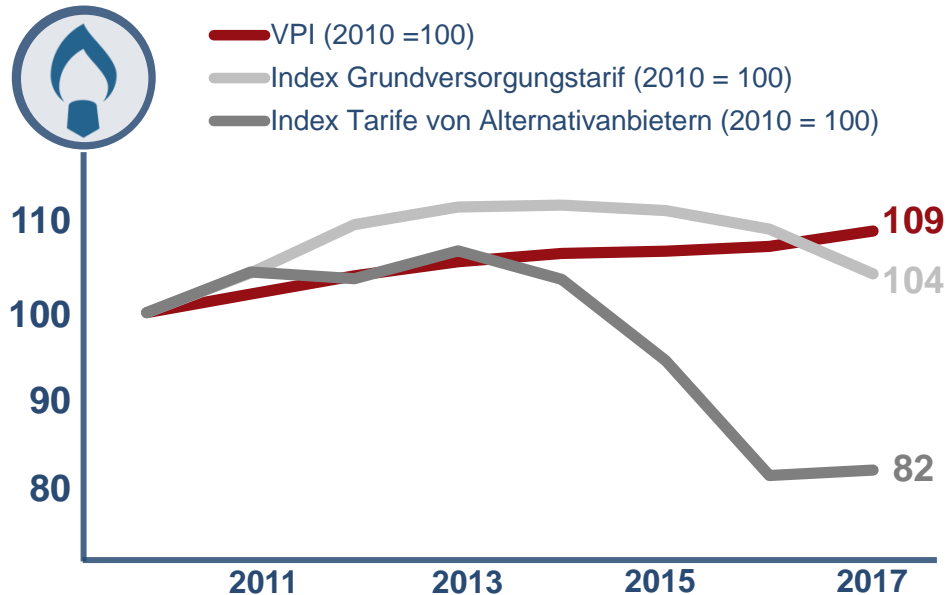
4,1
Mrd. €

in 2017 erzielt worden.

*Mit Hilfe von Vergleichsportalen sparen Verbraucher im Durchschnitt 17 % 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 2017
1 YouGov. 2016. ComparisonCheck Energie.

Einfacher Wechsel erhöht den Druck im Gasmarkt

Seit 2007 hat sich die Anzahl der Vertragswechsel mehr als verzehnfacht



- Tarife von Alternativenanbietern 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 mehr als verzehnfacht.*
- Der entstehende Wettbewerb ist für Verbraucher besonders wertvoll, da die Kosten für Gas einen großen Anteil am Haushaltsbudget ausmachen.

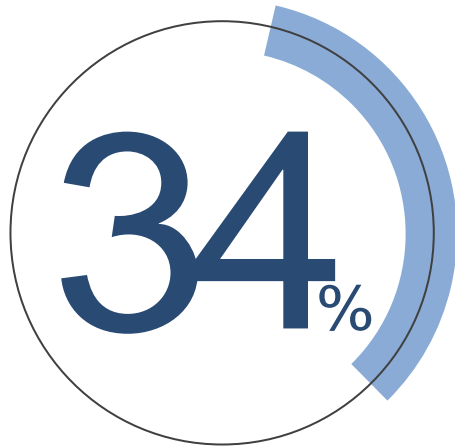
VPI = Verbraucherpreisindex; Quellen: Statistisches Bundesamt; BNetzA; CHECK24; eigene Berechnungen

*ohne Lieferantenwahl bei Einzug / Umzug

Einsparpotenziale Gas

Durch Vergleichsportale wurden insgesamt 170 Mio. Euro in 2017 gespart

Vorteil durch Vergleichsportalnutzung*



im Durchschnitt entspricht das

Single-Haushalt **181 €**
pro Jahr

bis

4 Personen-Haushalt **760 €**
pro Jahr

Wie viel wird aktuell über Vergleichsportale gespart?

Heute sind etwa 22,1 % der bestehenden Verträge über ein Vergleichsportale abgeschlossen worden.¹ Bezogen auf das Jahr 2017 ergibt sich eine Gesamtersparnis von

170
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

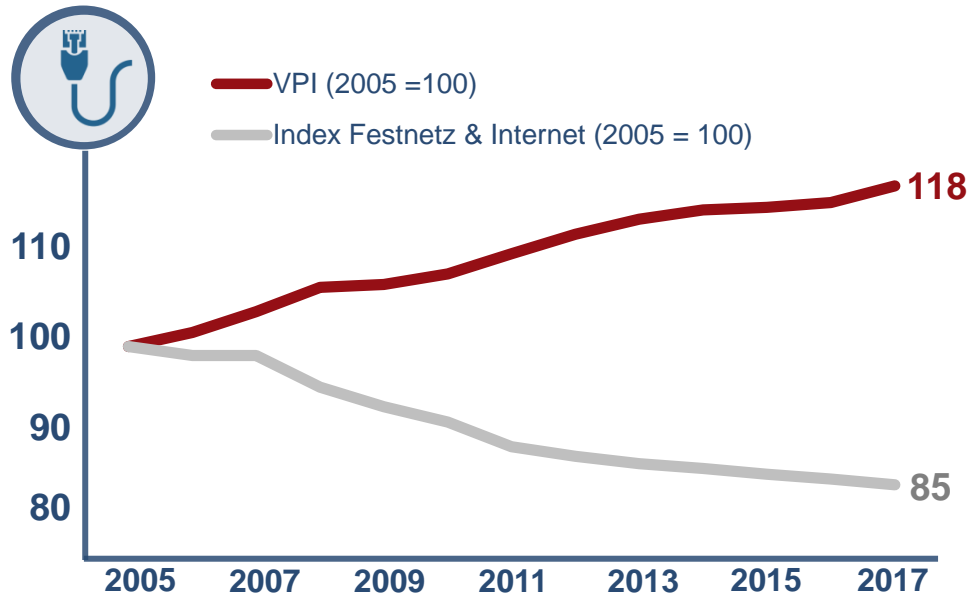
1,8
Mrd. €

in 2017 erzielt worden.

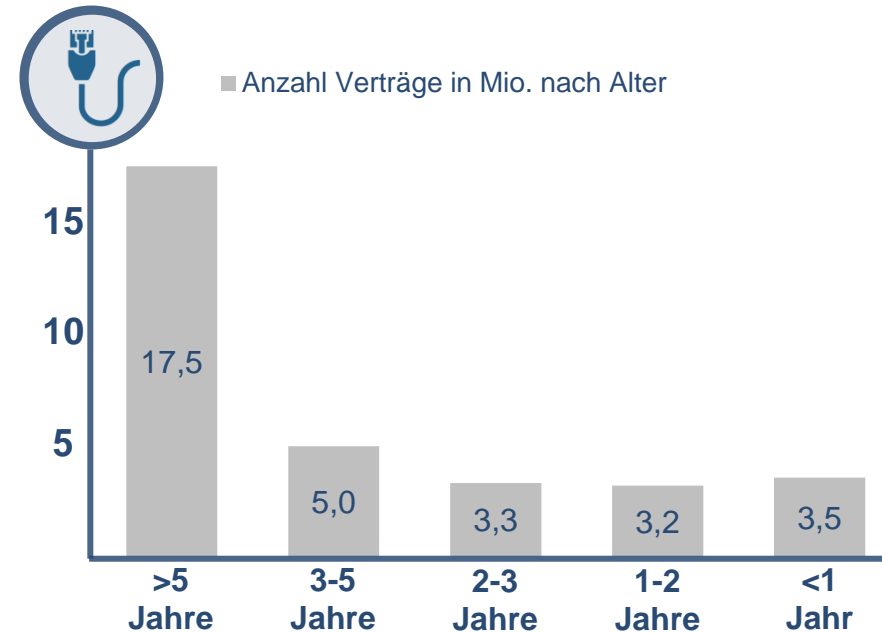
*Mit Hilfe von Vergleichsportalen sparen Verbraucher im Durchschnitt 34 % im Vergleich zur Grundversorgung. **Basierend auf tatsächlichen Einsparungen gemessen von CHECK24 und einer Fortschreibung der Anzahl von Lieferantenwechsellern der BNetzA. Berücksichtigt wurden vier HH-Größen (1, 2, 3, 4+ Personen). 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 2017.
1 YouGov. 2016. ComparisonCheck Energie.

Preise für Internet-Zugang entwickeln sich günstig

Mehr als 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.

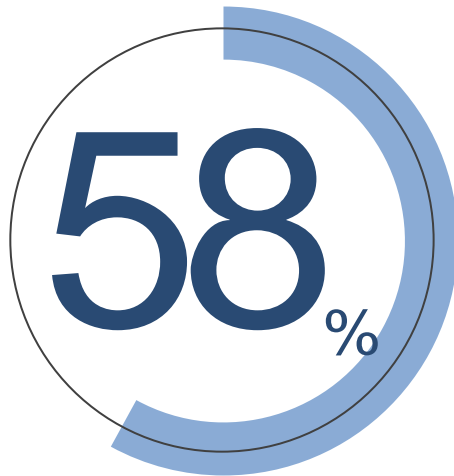


- Mehr als jeder zweite der 32,5 Mio. Breitband-Verträge in Deutschland ist älter als fünf Jahre und bietet wahrscheinlich keine optimalen Konditionen mehr.
- Vergleichsportale erleichtern durch zahlreiche Serviceangebote den Wechsel.

Einsparpotenziale Breitband

Durch Vergleichsportale sparen Verbraucher etwa 352 Euro pro Jahr

Vorteil durch Vergleichsportalnutzung*



im Durchschnitt entspricht das

**352 €
pro Jahr**

Wie viel wird aktuell über Vergleichsportale gespart?***

Heute sind etwa 1,5 % der bestehenden Verträge über ein Vergleichsportale abgeschlossen worden.¹ Bezogen auf die Vertragswechsel im Jahr 2017 ergibt sich eine Einsparung von

**18
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

**9,4
Mrd. €**

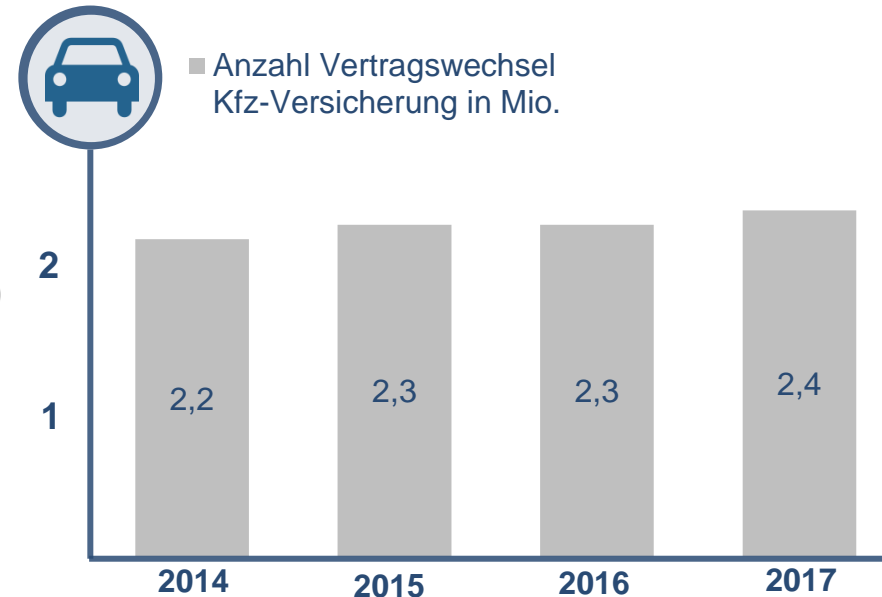
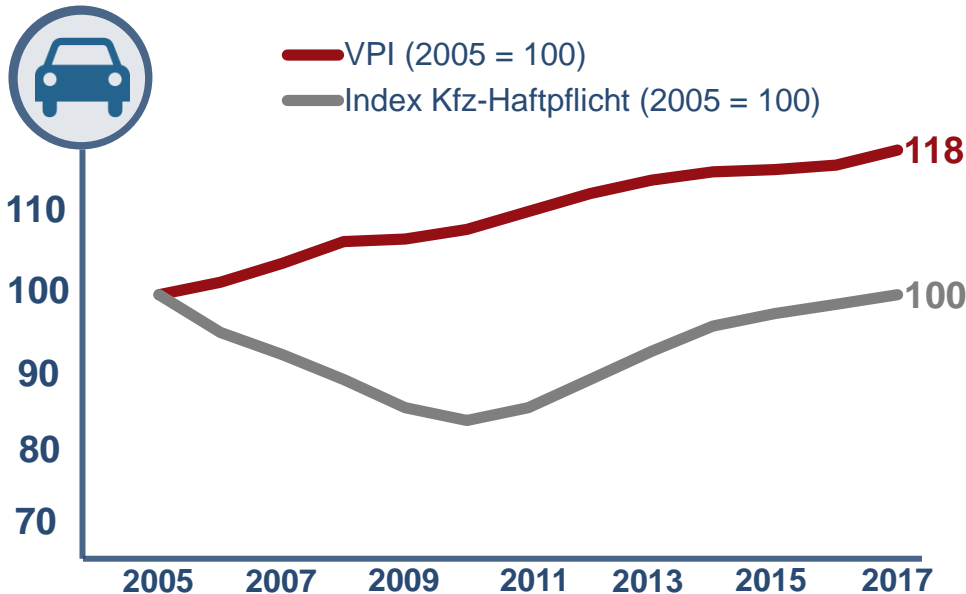
im Vergleich zum jeweils teuersten Anbieter in 2017 erzielt worden.

*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 2017 (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.

¹ Competition and Markets Authority. 2017. Digital Comparison Tools Market Study. Final Report.

Jeder Autohalter braucht sie – die Kfz-Haftpflicht

Vergleichsportale haben den Markt aufgemischt



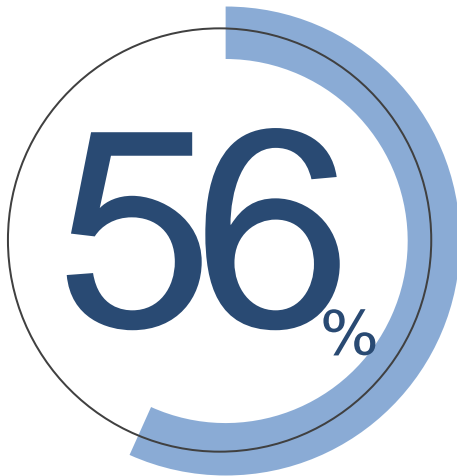
- Zwischen 2005 und 2011 konnten Konsumenten von deutlich sinkenden Preisen für Kfz-Haftpflichtversicherungen profitieren.
- Etwa seit 2012 entwickeln sich die Preise wieder fast genauso wie der allgemeine Preisindex.

- Die Anzahl der Wechsler steigt an.
- Vergleichsportale erleichtern durch ihre zahlreichen Serviceangebote den Wechsel.

Einsparpotenziale Kfz-Haftpflicht

Durch Vergleichsportale sparen Verbraucher etwa 407 Euro pro Jahr

Vorteil durch Vergleichsportalnutzung*



im Durchschnitt entspricht das

407 €
pro Jahr

Wie viel wird aktuell über Vergleichsportale gespart?***

Heute werden etwa 8,7 % der neuen Verträge über ein Vergleichsportale abgeschlossen.¹ Bezogen auf das Jahr 2017 ergibt sich eine Einsparung von

318
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

5,3
Mrd. €

im Jahr 2017 erzielt worden.

*Mit Hilfe von Vergleichsportalen sparen Verbraucher im Durchschnitt 56 % im Vergleich zum teuersten Vergleichstarif. **Basierend auf 16 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 2017 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 2017.

¹ Willis Towers Watson. 2017. Vertriebswege-Survey 2017 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 Knieper¹ 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

1 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 (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 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)

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

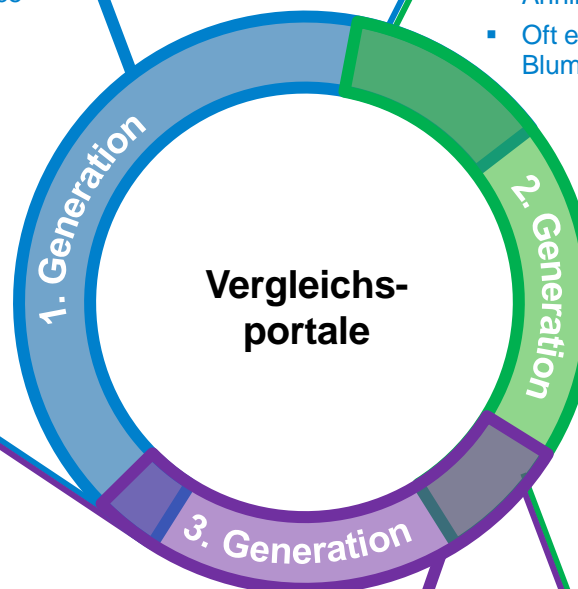
Vergleichsportale mit standardisierter Information für komplexe Dienstleistungen und Zusatzservices wie Erinnerungsfunktion:

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

„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)



Vergleichsportale

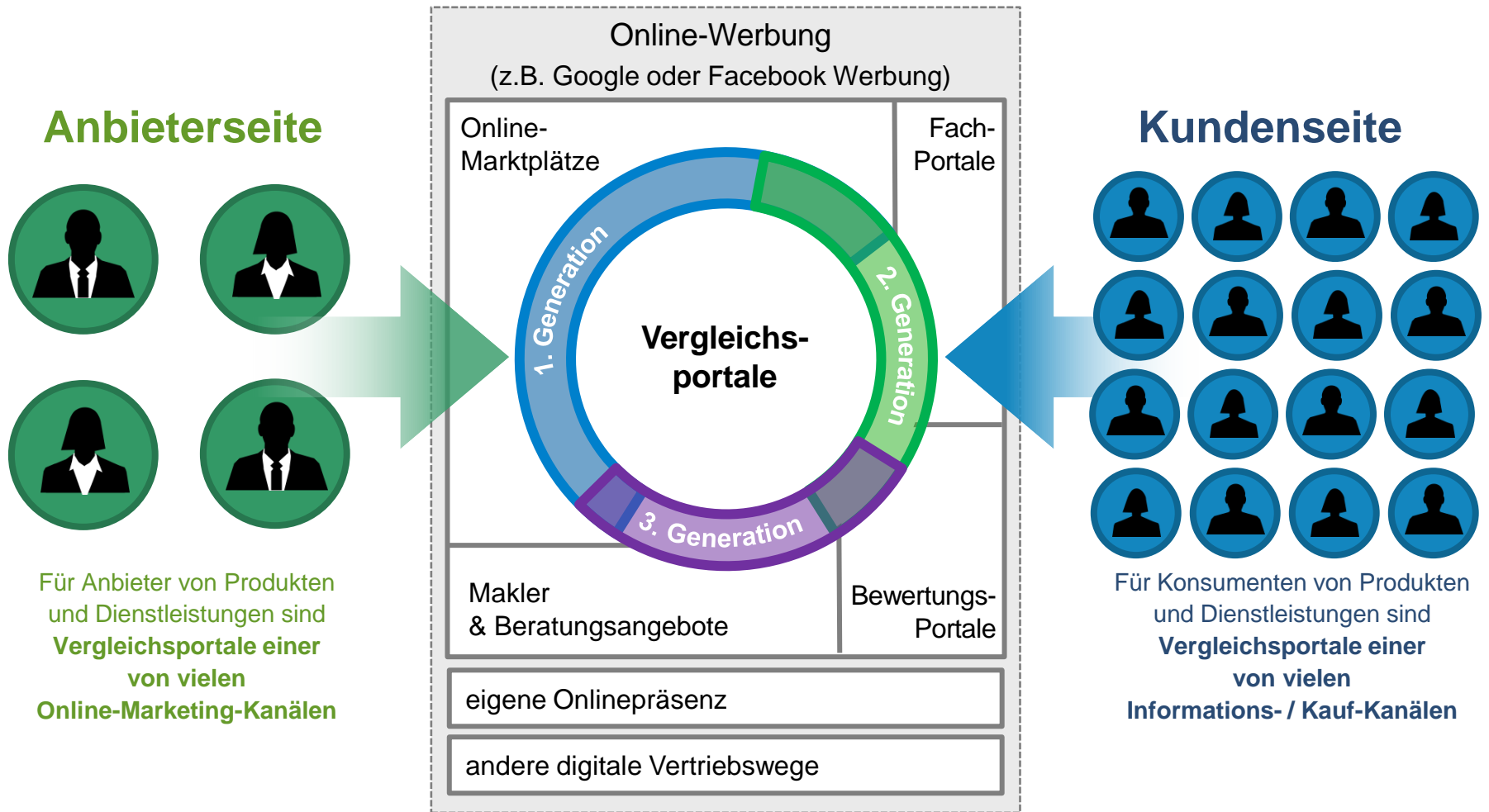
1. Generation

2. Generation

3. Generation

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 2017 hat sich Anzahl der (nicht umzugsbedingten) Wechsel im Strommarkt mehr als verdreifacht und im Gasmarkt fast verdreizehnfacht.**
- Der Anteil der Verträge, die direkt über Vergleichsportale abgeschlossen werden, ist gering:
 - **Kfz-Versicherungen: 8,7 %**
 - **Energie: <25 %**
 - **Bankprodukte: 14 %**
 - **Internetzugang: 1,5 %**
- **62 % der Nutzer suchen 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 zu gewinnen.**
 - **72 % der Nutzer**, die auf Vergleichsportalen einen 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 2017:
 - bei **Strom**: Ø **174 bis 416 Euro** pro Jahr, insgesamt etwa **311 Mio. Euro**.
 - bei **Gas**: Ø **181 bis 760 Euro** pro Jahr, insgesamt etwa **170 Mio. Euro**.
 - bei **Breitband**: Ø **352 Euro** pro Jahr, insgesamt **18 Mio. Euro**.
 - bei **Kfz-Haftpflicht**: Ø **407 Euro** pro Jahr, insgesamt etwa **318 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.

Autoren der Studie

Dr. René Arnold – Abteilungsleiter Märkte und Perspektiven

Christian Hildebrandt – Senior 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
www.wik-consult.com