

Vergleichsportale

Das Geschäftsmodell ist bekannt

Erst am 24. Oktober hat das Bundeskartellamt angekündigt, eine Sektoruntersuchung zu Vergleichsportalen durchzuführen, mit der mögliche Verstöße gegen verbraucherrechtliche Vorschriften aufgedeckt werden sollen. Die entsprechenden Fragebögen sollen bis zum Jahresende an die Anbieter versandt werden. Dass ein Vergleichsportal kurz danach im November eine Studie zu Vergleichsportalen in Deutschland veröffentlichte, ist vermutlich ein Zufall – schließlich erfordert das Erstellen einer solchen Untersuchung einiges an Zeit. Ganz ohne Zusammenhang mit der in jüngerer Zeit geäußerten Kritik an der Praxis einiger Anbieter ist die Studie indessen sicher nicht.

Nur ein Vertriebskanal unter vielen

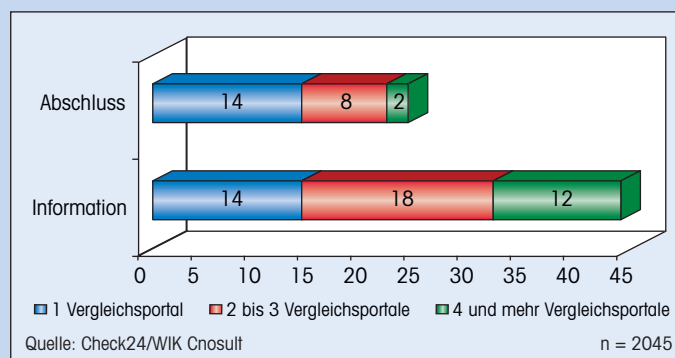
Zu den Ergebnissen zählt zunächst einmal die Aussage, dass Vergleichsportalen nahezu eine deutsche Besonderheit sind: 80 Prozent aller Anbieter haben ihren Sitz in Deutschland. Genutzt werden sie von 71 Prozent der Verbraucher, wobei 62 Prozent allgemeine Informationen suchen, um sich einen Überblick zu verschaffen, während 58 Prozent spezifische Informationen suchen, um verschiedene Möglichkeiten zu bewerten. Nur 34 Prozent der Nutzer schließen auch direkt auf dem Portal ab. Damit sind Vergleichsportale nur ein Vertriebskanal unter vielen.

Als Beispiel führt die Untersuchung den Bereich der Schaden-/Unfallversicherungen an. Hier lag der Marktanteil der Portale 2015 bei 7,0 Prozent, in der Kfz-Versicherung bei 8,4 Prozent. Bei Bankprodukten wird der Anteil für 2017 auf 14 Prozent geschätzt.

Auch der derzeit diskutierte Aspekt der Transparenz wird in der Studie thematisiert – nämlich mit der Frage, inwieweit Verbraucher sich auf die automatische Sortierung der Vergleichsergebnisse verlassen. Hier zeigt die Umfrage unter 1 044 Nutzern, dass sich nur 16 Prozent auf die vorgegebene automatische Sortierung verlassen, während 81 Prozent die Rangfolge der Ergebnisse über individuelle Sortierung (69 Prozent) und/oder Filter (50 Prozent) individualisieren.

Nutzung von Vergleichsportalen in Deutschland

(Angaben in Prozent)



Dies dürfte nicht zuletzt daran liegen, dass den Verbrauchern durchaus bekannt ist, dass die Portale Provisionen erhalten und/oder mit Werbung Geld verdienen. Davon gehen 87 Prozent der Nutzer aus, während lediglich 3 Prozent der Meinung sind, dass Vergleichsportale gemeinnützig arbeiten. Interessanterweise ist dieser Anteil unter den Nichtnutzern der Portale kleiner. Von ihnen glaubt nur 1 Prozent, dass die Plattformen gemeinnützig arbeiten, von Provisionen oder Werbeeinnahmen gehen allerdings in dieser Gruppe nur 67 Prozent aus.

Zu den Angebotslücken mancher Anbieter, die bereits vor dem BGH verhandelt wurden, hat die Studie ebenfalls eine

Antwort: 40 Prozent der Nutzer setzen auf mehr als ein Vergleichsportal, um sich zu informieren und/oder Verträge abzuschließen. 18 Prozent informieren sich auf zwei bis drei Portalen, 12 Prozent sogar auf vier und mehr. Lediglich 14 Prozent nutzen für ihre Recherche nur ein einziges Vergleichsportal. Diese Zahlen können als Indiz dafür gewertet werden, dass viele Verbraucher von der Vollständigkeit des gebotenen Marktüberblicks auf den einzelnen Plattformen nicht

überzeugt sind. Sie versuchen offenbar, durch die Nutzung mehrerer Portale zumindest einen breiteren Überblick zu bekommen.

Diese Strategie kann durchaus aufgehen, wenn einige Portale nur die Produkte derjenigen Unternehmen auflisten, mit denen sie eine Pro-

visionsvereinbarung haben, während andere versuchen, das Angebot am Markt möglichst vollständig abzubilden. Gleichwohl werden auch bei der Nutzung mehrerer Portale Lücken bleiben, weil einige Anbieter aus unterschiedlichen Gründen ganz bewusst auf den Portalvertrieb verzichten.

Immerhin: 72 Prozent derjenigen Portalnutzer, die auf Vergleichsportalen schon einen Vertrag abgeschlossen haben, geben in der Umfrage an, dort schon Angebote von Unternehmen gefunden zu haben, die ihnen vorher nicht bekannt waren. Daraus folgern die Autoren der Studie, dass auf den Portalen nicht allein die Marke zählt. **Red.**