

Verivox veröffentlicht Grundlagenstudie: Der digitale Verbraucher ist ein kritischer Verbraucher

Heidelberg. Den Verbraucher im Fokus: Mit welchen Einstellungen, Erwartungen sowie Motiven und vor allem mit welcher Zufriedenheit werden Buchungs- und Vergleichsportale für Reisen, Energie, Telekommunikation, Finanzen und Versicherung heute genutzt? Diesen Fragen ist das unabhängige Verbraucherportal Verivox in der Grundlagenstudie „Konsumenten verstehen - Was der digitale Verbraucher heute will und was er bekommt“ nachgegangen. Das Ergebnis: Die Nutzung von Portalen ist im Alltag der digitalen Verbraucher angekommen. Dabei zeigt sich, dass diese kritisch und reflektiert erfolgt. Der digitale Verbraucher weiß genau, was er will – allem voran einen optimalen Preisüberblick. Die Leitung der Studie unterliegt Prof. Dr. Thomas Knieper, Lehrstuhl für Computervermittelte Kommunikation an der Universität Passau.

Angebotsrecherche gehört heute zum Standard – und zwar kostenlos

Buchungs- und Vergleichsportale sind fest im digitalen Kaufprozess der Verbraucher integriert und bieten einen unkomplizierten Überblick über die Preisspanne von Produkten und Dienstleistungen. 82,5 % der befragten Onliner haben schon einmal ein Buchungs- und Vergleichsportal genutzt, gut 44 % greifen sogar einmal im Monat oder häufiger darauf zu. Sieben der neun Portale¹, die in der Studie abgefragt wurden, haben Bekanntheitswerte von über 70 %. Und Verbraucher haben klare Vorstellungen davon, wie sie diese einsetzen: Der Preisüberblick (86,5 %), die gezielte Möglichkeit einer Preisrecherche (84,0 %) und die Ermittlung des günstigsten Preises (81,3 %) stehen ganz oben auf der Liste der Nutzungsmotive.

Im Sinne einer ausgeprägten Kostenlos-Mentalität zeigten die Befragten wenig Bereitschaft, für die Angebotssuche zu zahlen – gleichwohl ist ihnen bewusst, dass es sich bei den Portalen um gewinnorientiert arbeitende Unternehmen handelt. Deren Finanzierung sehen sie aber auf Seiten der Anbieter, die Werbung schalten und Provisionen entrichten sollen. Auch wenn die typische Portalnutzung im Moment noch von heimischen stationären Geräten erfolgt, entwickelt sich die mobile Nutzung analog zum allgemeinen Markttrend rasant.

Digitale Verbraucher handeln selbstbewusst und reflektiert

Allgemein gelten Buchungs- und Vergleichsportale als seriös arbeitende Unternehmen, die ein Interesse an zufriedenen Kunden haben. Mehr als die Hälfte der Verbraucher empfehlen Portale weiter oder erweisen sich als loyal (59,4 %),

¹ ab-in-den-urlaub.de, check24.de, expedia.de, financescout24.de, idealo.de, preisvergleich.de, toptarif.de, verivox.de, weg.de

wenn sie positive Erfahrungen gemacht haben. Darüber hinaus werden mehrheitlich die nutzwertigen Servicefunktionen geschätzt, die den Alltag erleichtern und je nach Bedürfnislage gezielt eingesetzt werden können. Aber: Verbraucher nehmen auch Qualitätsunterschiede zwischen den einzelnen Portalen wahr und vertrauen ihnen nicht blind.

Keinen großen Einfluss auf die Portalwahl haben nach Auskunft der befragten Onliner öffentliche Player wie staatliche Stellen, Verbraucherverbände oder die Medien. Vielmehr sind es die Vorschläge der Suchmaschinen, auf die sich die Nutzer maßgeblich verlassen. Am häufigsten werden Portale aus dem Marktsegment Reisen (74,2 %) besucht, gefolgt von Energie (60,2 %), Telekommunikation (54,1 %) und Versicherungen (48,8 %).

Portalkunden schätzen Zuverlässigkeit und wünschen Transparenz

Besonders wichtig ist den digitalen Verbrauchern, dass sie keine Kostenfallen befürchten müssen (94,7 %). Analog dazu rangiert die Reihenfolge von Angebot, Tarif und Preis auf Platz eins der Erwartungen in Sachen Transparenz (76,9 %). Weiterhin vermuten Verbraucher, dass die Reihenfolge beim Preisranking durch Provisionszahlungen beeinflusst sein könnte. Darüber hinaus wünschen sich die User eine Offenlegung darüber, welche Marktabdeckung das genutzte Portal bietet und wie bisherige Kunden das Portal bewerten. Als eher nachrangig werden die Offenlegung von Geschäftsmodellen, Kooperationen oder Besitzverhältnissen eingestuft.

Geht es um die Frage, an welcher Stelle auf der Webseite über Besitzverhältnisse und Kooperationen informiert werden soll, präferieren die digitalen Verbraucher dies in erster Linie unter dem Eintrag „Über uns“ (37,8 %). Allerdings gibt auch jeder Zehnte an, dass ihm diese Informationen egal sind oder er eher nicht darüber informiert werden muss. Auf die Kennzeichnung von werblichen Inhalten wird Wert gelegt, wengleich dieses Kriterium nur im Mittelfeld der 25 abgefragten Eigenschaften von Buchungs- und Vergleichsportalen liegt. Weniger Beachtung erhalten Auszeichnungen wie Siegel oder Bewertungen von Institutionen.

„Mit unserer Grundlagenstudie wollen wir den digitalen Verbraucher, seine Nutzungsmotive und Anforderungen noch besser verstehen. Es ist uns ein großes Anliegen, einen sinnvollen Beitrag für eine marktübergreifende Informationsinitiative zu leisten, über die wir auch den konstruktiven Dialog mit den Verbraucherverbänden und der Politik im Sinne der Nutzerbedürfnisse fördern können. Die Studie erweitert damit unsere eigenen Studien und Usability Tests um das repräsentative Feedback von 1000 digital aktiven Verbrauchern. Somit können wir unser bestehendes Angebot der verbraucherfreundlichen Tarifempfehlungen oder des Stiftung-Warentest-Filters noch weiter verbessern - z.B. durch die gezielte

Einbindung weiterer Möglichkeiten zur Kundenbewertung oder einer deutlicheren Kennzeichnung der Rankingkriterien unserer Tarifrechner“, sagt Chris Öhlund, CEO der internationalen Verivox-Gruppe.

„Die Erforschung der Motivationen, Erwartungen und Handlungsstrategien des digitalen Verbrauchers bildet die Basis eines umfangreichen Forschungsprojektes“, erklärt Prof. Dr. Thomas Knieper. „Je länger wir uns mit dem digitalen Verbraucher beschäftigen, umso deutlicher wird, dass er seine eigenen Erwartungen hat oder eigene Strategien verfolgt. Beispielsweise vertrauen die online-affinen Konsumenten viel stärker den Empfehlungen aus der Community als regulatorischen Kriterien. Auch in punkto Transparenz bestehen klare Vorstellungen. Im ersten Quartal 2017 werden wir weiterführende Ergebnisse im Rahmen einer Typologie des digitalen Verbrauchers präsentieren.“

Über die Studie

Unter der Leitung von Prof. Dr. Thomas Knieper von der Universität Passau wurden im August 2016 1.000 deutschsprachige online-affine Männer und Frauen ab 14 Jahren im Rahmen eines Online-Panels nach ihren Bedürfnissen, Wünschen und Bewertungen hinsichtlich Buchungs- und Vergleichsportalen befragt.

Die Kurzstudie steht hier zum Download bereit: <http://www.verivox.de/presse/verivox-veroeffentlicht-grundlagenstudie-der-digitale-verbraucher-ist-ein-kritischer-verbraucher-113293.aspx>

Über Verivox

Verivox, das führende unabhängige Verbraucherportal für alle Verträge rund um Ihr Zuhause, bietet umfassende Expertise aus sieben Märkten. Verbraucher können auf www.verivox.de einfach und schnell verfügbare Tarife für Energie, Telekommunikation, Versicherungen, Finanzen, Fahrzeuge, Immobilien und Reisen vergleichen und direkt zum für sie besten Anbieter wechseln. Die kostenfreie Beratung per Telefon und E-Mail sowie zahlreiche Hintergrundinformationen runden den Service ab, der Verbrauchern bereits über 1,6 Milliarden Euro gespart hat. Die Verivox-Experten beobachten die Märkte seit vielen Jahren, definieren Regeln für Verbraucherschutz und achten auf deren Einhaltung.

Die Verivox GmbH wurde 1998 in Heidelberg gegründet. Heute arbeiten an den Standorten der Verivox-Gruppe - Heidelberg, Augsburg, Berlin, Leipzig, Linden, Zürich und Luzern - insgesamt rund 350 Menschen daran, Kunden den Vergleich von Tarifen und Angeboten so einfach wie möglich zu machen.

Hervorragender Service, langjährige Expertise und die besten Tarife sind die Markenzeichen von Verivox. Seit seiner Gründung hat Verivox viele Millionen Kunden kompetent beraten und mehr als 8 Millionen Verbrauchern beim Anbieterwechsel geholfen.

Ansprechpartnerin für Presseanfragen:

Dagmar Ginzler, Tel.: +49 (0)6221 7961 – 138,
Mobil: +49 (0)171 5058296, dagmar.ginzler@verivox.com

Verivox-Presseinformationen als RSS-Feed: <http://www.verivox.de/rss.ashx?c=Presse>

Verivox GmbH | Am Taubenfeld 10 | D-69123 Heidelberg | www.verivox.de