

Diese Meldung kann unter <http://www.presseportal.de/pm/66614/1493289/studie-belegt-solo-onlinesuche-raecht-sich-der-entscheidung-zufriedener> abgerufen werden.

The logo for Scout24, featuring the text "SCOUT 24" in white capital letters on a dark orange rectangular background.

## Studie belegt: Solo-Onlinesuche rächt sich - Wer um Rat fragt, ist mit der Entscheidung zufriedener (mit Bild)

14.10.2009 - 13:53 Uhr, Scout24 Holding GmbH

München (ots) -

- Scout24 Best Match Survey 2009: Acht von zehn Nutzern fragen während der Suche im Web niemanden um Rat  
- Die Deutschen suchen meist allein, doch (Ehe-)Partner reden bei der finalen Entscheidung mit Die Deutschen sind Solo-Sucher: Fast 80% der Internetnutzer fragen während der Suche nach einer Immobilie, einem Auto, Job, Partner oder einer Geldanlage und Versicherung niemanden um Rat. Rund die Hälfte trifft sogar die finale Entscheidung allein. Das zeigt die bisher umfassendste Studie zum Suchen und Finden in Deutschland. Durchgeführt wurde der repräsentative Best Match Survey 2009 und dem Marktforschungsinstitut Innofact. Die Ergebnisse zeigen auch: Eine Solo-Suche rächt sich. Allein-Entscheider sind unzufriedener mit dem Gefundenen als jene, die vorher andere um Rat gefragt haben.

Wenn doch eine zweite Meinung eingeholt wird, dann besonders häufig im persönlichen Umfeld. Eltern und Verwandte haben beim Immobilien- und Autokauf den größten Einfluss - 41,1% bzw. 37,5% der Internetsucher fragen in diesen Fällen um Rat. Bei der Partnerwahl zählt die Meinung von Freunden und Bekannten mit 65,6% deutlich mehr als die von Angehörigen (13,1%). Nur wenige Internetnutzer legen Wert auf die Ansicht von Kollegen. Sie haben je nach Bereich lediglich einen Einfluss von 3 bis 5% und werden bei der Partnerwahl gar nicht gefragt.

Die meisten Internetnutzer bleiben bei der Suche zwar gern für sich, doch vor der finalen Entscheidung für einen Fund wollen sie auf Nummer sicher gehen: Jeder zweite holt die Meinung anderer ein, bevor er sich festlegt. Die (Ehe-)Partner haben beim "letzten Wort" mit Abstand am meisten mitzureden: Bei Immobilien und Autos haben sie bei rund der Hälfte der Befragten Einfluss auf die Entscheidung (jeweils 49,8%); bei Versicherung und Job sind es jeweils rund 25%.

Die Studie macht deutlich: Wer sich beraten lässt, ist mit der Suche zufriedener (91,4%) als Finder, die allein auf die Suche gehen (85,8%). Also: Öfter mal fragen "Was meinst Du dazu?".

Im Internet ist ein klarer Trend zum Einholen der Meinung anderer zu erkennen. Zunehmend mehr Suchende nutzen Feedback und Bewertungsfunktionen für Händler oder Produkte. "Die Scout24-Marktplätze bieten bereits umfangreiche Funktionen, um sich mit anderen auszutauschen. Zukünftig wird das Thema Social Media noch weiter an Bedeutung gewinnen", sagt Dr. Martin Enderle, CEO von Scout24, eine der führenden Unternehmensgruppen von Online-Marktplätzen in Europa.

Mehr Informationen zum Best Match Survey:  
[www.best-match-survey.de](http://www.best-match-survey.de) . Über den Best Match Survey 2009

Insgesamt mehr als 2.500 Personen im Alter ab 18 Jahren hat Innofact bundesweit zu ihren Bedürfnissen, Wünschen und ihrem Suchverhalten befragt. Der Fokus lag auf den wichtigen Lebensbereichen Wohnen, Mobilität, Job, Partnerschaft und Finanzen. Im Mittelpunkt standen die Aspekte Motivation, Dauer der und Vorgehen bei der Suche, Such- und Fundorte sowie Meinungen und Bewertungen zu detaillierten Themen rund um den jeweiligen Such- und Entscheidungsprozess. Für die Studie hat das Marktforschungsunternehmen zwei getrennte Befragungen durchgeführt: Per repräsentativer Telefonumfrage wurde die deutsche Gesamtbevölkerung ab 18 Jahre befragt. Zusätzlich wurden regelmäßige Internetnutzer über ihre Such- und Findengewohnheiten online interviewt. Die demografische Aufteilung beider Stichproben entspricht der deutschen Bevölkerung. Durchgeführt wurde die Gesamterhebung von Mitte April bis Ende Mai 2009.

Über Scout24

Scout24 ist eine der führenden Unternehmensgruppen von Online-Marktplätzen in Europa. Die sieben Marktplätze der Scout24-Gruppe, AutoScout24, ElectronicScout24, FinanceScout24, FriendScout24, ImmobilienScout24, JobScout24, TravelScout24 sowie das Portal Jobs.de, sind in zehn Ländern präsent. Als starker Partner unterstützt Scout24 seine Kunden bei wichtigen Entscheidungen, insbesondere in den Lebensbereichen Wohnen, Mobilität, Job, Partnerschaft und Finanzen. Rund acht Millionen Internetnutzer vertrauen monatlich den Angeboten der Scout24-Gruppe, die Teil des Deutsche Telekom Konzerns ist. Weitere Informationen finden Sie unter [www.scout24.com](http://www.scout24.com)

Pressekontakt:

Ergin Iyilikci  
Director Corporate Communications/PR  
Rosenheimer Str. 143b  
81671 München  
Tel +49 89 490 267 397  
[presse@scout24.com](mailto:presse@scout24.com)

Originaltext:

Scout24 Holding GmbH

Pressemappe:

<http://www.presseportal.de/pm/66614/scout24-holding-gmbh>

Pressemappe als RSS:

[http://presseportal.de/rss/pm\\_66614.rss2](http://presseportal.de/rss/pm_66614.rss2)