

Vergleichsportale-Kompass 1.0

Repräsentative GfK-Umfrage im Auftrag von CHECK24.de zur Nutzung von Vergleichsportalen

Über 70 Prozent der Deutschen nutzen Vergleichsportale.

Vergleichsportale sind ständige Begleiter.

*Die Deutschen erwarten von Vergleichsportalen
beste Qualität zum günstigsten Preis.*

1. Zusammenfassung

2. Methodik

3. Über 70 Prozent nutzen Vergleichsportale

4. Vergleichsportale sind ständige Begleiter

5. Kunden wollen Qualität zum besten Preis



Das Marktforschungsunternehmen GfK hat im Auftrag von CHECK24.de eine repräsentative Umfrage zur Nutzung von Vergleichsportalen mit folgenden Ergebnissen durchgeführt.

Über 70 Prozent der Deutschen nutzen Vergleichsportale.

- 57 Prozent der Deutschen nutzen Vergleichsportale, weitere 15 Prozent verwenden Vergleichsportale indirekt über Familienmitglieder.
- Nur für 17 Prozent der Bevölkerung (40 Prozent der Nicht-Nutzer) kommt die Nutzung von Vergleichsportalen nicht infrage.
- Der Großteil der Nicht-Nutzer (66 Prozent) kauft und informiert sich lieber vor Ort oder hat keine Zeit zum Vergleichen.
- 20- bis 59-jährige Männer sind am vergleichsaffinsten.

Vergleichsportale sind ständige Begleiter.

- Schon mehr als jeder Vierte nutzt Vergleichsportale nicht mehr nur zu Hause, sondern auch mobil auf einem Smartphone oder Tablet.
- Wer einmal verglichen hat, kommt immer wieder – im Schnitt für 3,3 Produktbereiche.
- Die beliebtesten Produkte: Urlaubsreisen, Strom- und Gasstarife, Elektronik und Haushalt, Versicherungen

Die Deutschen erwarten von Vergleichsportalen beste Qualität zum günstigsten Preis.

- Nutzern ist sowohl Preis als auch Qualität sehr wichtig: Der Preis liegt bei durchschnittlich 8,4 Punkten, die Qualität bei 8,6 Punkten auf einer Skala von 1 (nicht wichtig) bis 10 (äußerst wichtig).
- 41 Prozent ist der Preis äußerst wichtig (10 Punkte), die Qualität bewerteten sogar 43 Prozent als äußerst wichtig.

1. Zusammenfassung

2. Methodik

3. Über 70 Prozent nutzen Vergleichsportale

4. Vergleichsportale sind ständige Begleiter

5. Kunden wollen Qualität zum besten Preis



- **Zielpersonen:**

Grundgesamtheit sind Deutsche und EU-Ausländer ab 14 Jahren in Deutschland, die selbst Zugang zum Internet haben. Daraus wurde eine repräsentative Stichprobe gezogen. Für die Auswertung standen schließlich 845 Fragebögen zur Verfügung.

Die Quote für die Stichprobe erfolgte auf Basis amtlicher Statistiken und Berechnungen der GfK.

- **Befragungszeitraum:**

28.06.2013 – 05.07.2013

- **Methode:**

Die Befragung erfolgte face-to-face anhand eines strukturierten Fragebogens mit festen Formulierungen und einer festgelegten Reihenfolge.

- **Auftraggeber:**

CHECK24 Vergleichsportal GmbH

1. Zusammenfassung

2. Methodik

3. Über 70 Prozent nutzen Vergleichsportale

4. Vergleichsportale sind ständiger Begleiter

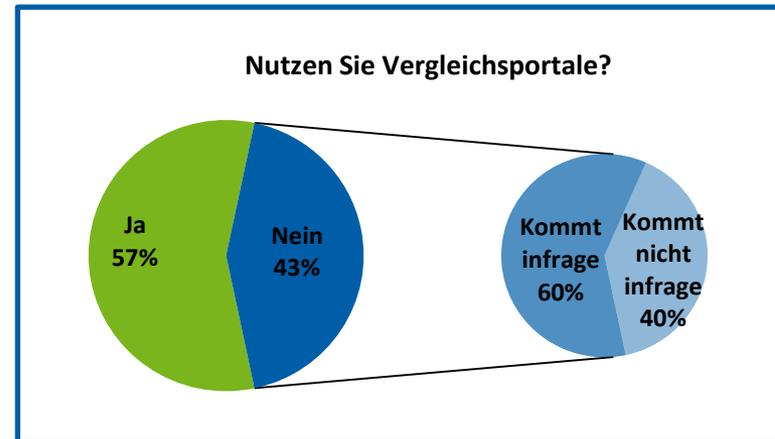
5. Kunden wollen Qualität zum besten Preis



3. Über 70 Prozent nutzen Vergleichsportale (1/3)

- 57 Prozent der Deutschen nutzen bereits Vergleichsportale. Zusätzlich verwenden 15 Prozent Vergleichsportale indirekt über Familienmitglieder.
- Nur für 17 Prozent der Bevölkerung kommt die Verwendung von Vergleichsportalen überhaupt nicht infrage. Das sind 40 Prozent der Nicht-Nutzer.

Über 70 Prozent der Deutschen nutzen Vergleichsportale.

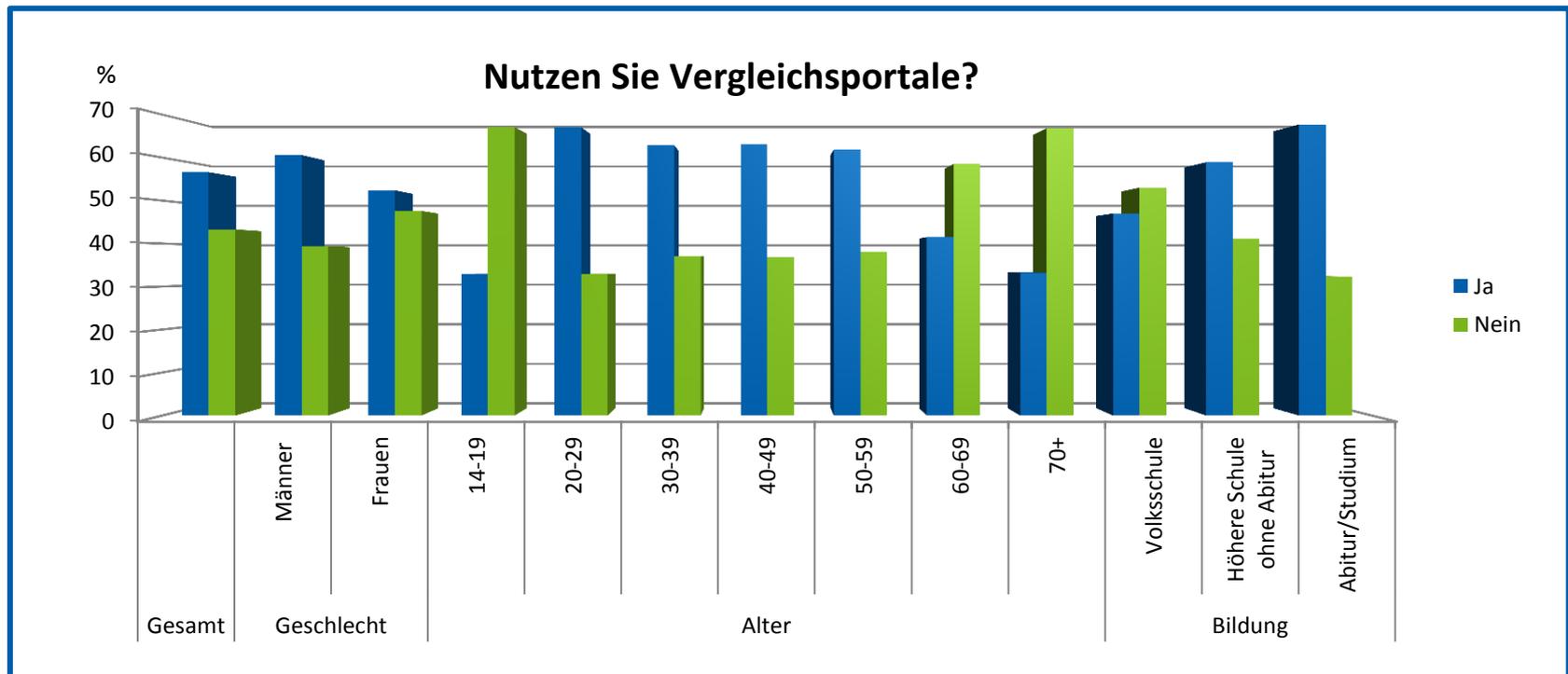


- **Gründe für die Nicht-Nutzung von Vergleichsportalen:**
 - Der Großteil (66 Prozent) der Nicht-Nutzer hat kein Interesse, keine Zeit, ist selten im Internet oder kauft lieber vor Ort.
 - Nur sechs Prozent verzichten auf Vergleichsportale, weil sie ihnen nicht trauen.
 - Nur zwei Prozent haben Angst vor Datenmissbrauch.

3. Über 70 Prozent nutzen Vergleichsportale (2/3)

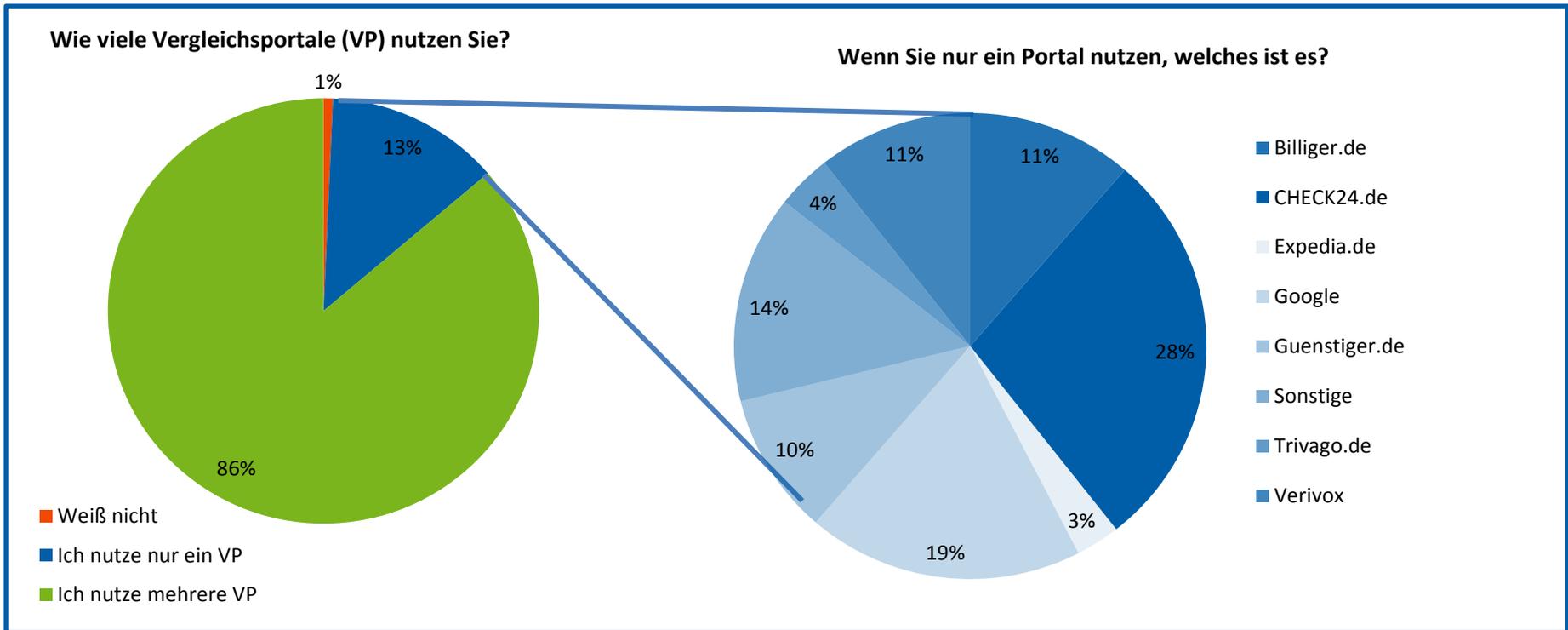
■ Nutzung von Vergleichsportalen nach Bevölkerungsgruppen:

- **Geschlecht:** Männer (60 Prozent) vergleichen häufiger als Frauen (52 Prozent).
- **Alter:** 20- bis 59-Jährige nutzen zu über 60 Prozent Vergleichsportale, 60- bis 69-Jährige zu 42 Prozent. Die jüngste und älteste Gruppe verwendet Vergleichsportale nur zu je 33 Prozent.
- **Einkommen und Schulbildung:** Mit steigender Bildung und steigendem Einkommen erhöht sich die Affinität zu Vergleichsportalen.



3. Über 70 Prozent nutzen Vergleichsportale (3/3)

- **86 Prozent der Nutzer verwenden mehrere Vergleichsportale.**
 - In den jüngeren Altersgruppen informieren sich sogar 91 Prozent bei mehreren Vergleichsportalen.
 - Die 13 Prozent, die nur ein Portal nutzen, verwenden am häufigsten CHECK24 (28 Prozent), gefolgt von Google (19 Prozent) und Billiger.de (elf Prozent).



1. Zusammenfassung

2. Methodik

3. Über 70 Prozent nutzen Vergleichsportale

4. Vergleichsportale sind ständige Begleiter

5. Kunden wollen Qualität zum besten Preis

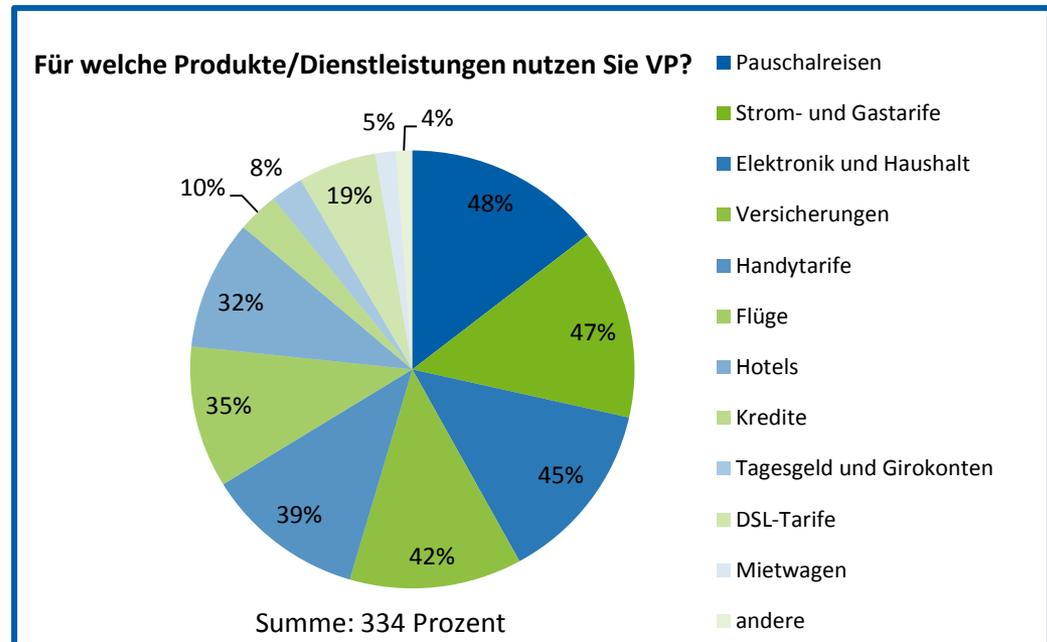


4. Vergleichsportale sind ständige Begleiter (1/2)

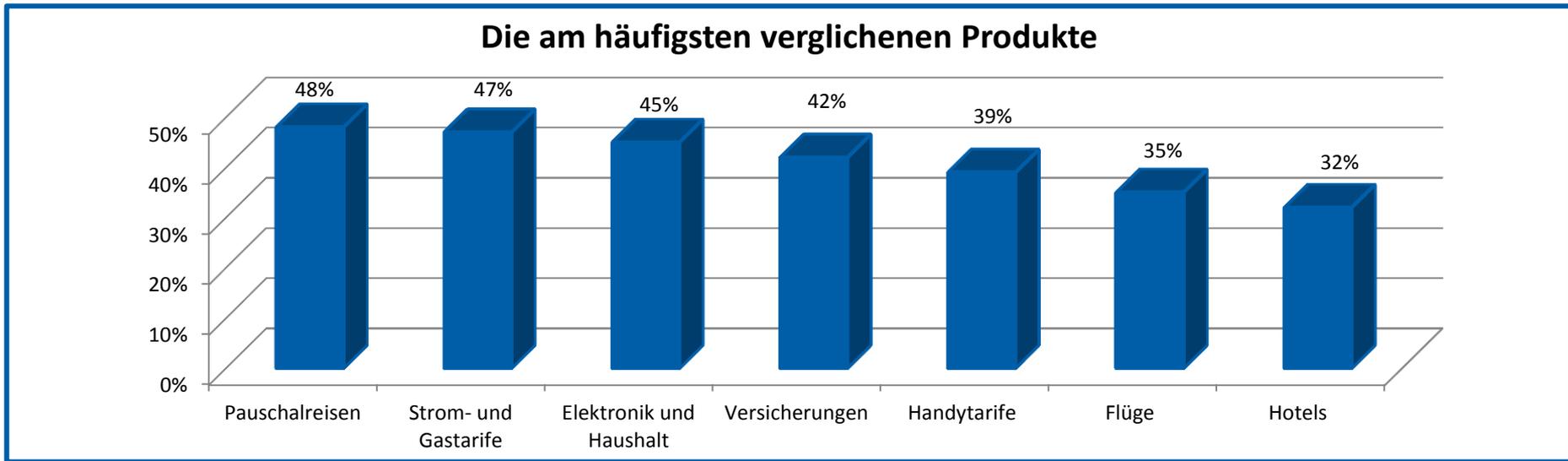
Vergleichsportale sind ständige Begleiter.

- **Schon jeder Vierte nutzt Vergleichsportale bereits auf Smartphones oder Tablets.**
 - Smartphonennutzung vor allem bis zum Alter von 39 Jahren: Mit 36 Prozent nutzen die 20- bis 29-Jährigen am häufigsten Vergleichsportale auf Smartphones.
 - Männer (22 Prozent) verwenden zum Vergleichen häufiger Smartphones als Frauen (17 Prozent).

- **Wer einmal ein Produkt vergleicht, nutzt Vergleichsportale immer wieder.**
 - Im Schnitt verwendet jeder Nutzer die Vergleiche für 3,3 Produkte oder Dienstleistungen.



4. Vergleichsportale sind ständige Begleiter (2/2)



■ Nutzungshäufigkeit der Produkte nach Bevölkerungsgruppen:

- Männer vergleichen Strom- und Gastarife (M: 52 Prozent, F: 42 Prozent), Versicherungen (M: 48 Prozent, F: 36 Prozent) und Elektronik (M: 49 Prozent, F: 41 Prozent) häufiger als Frauen. Nur Reisen checken Frauen häufiger (Pauschal: F: 49 Prozent, M: 48 Prozent, Hotels: F: 35 Prozent, M: 34 Prozent).
- Die jüngste Gruppe der 14- bis 19-Jährigen vergleicht vor allem Handytarife (75 Prozent) und Konsumgüter (75 Prozent).
- Energietarife werden hauptsächlich von den Altersgruppen über 30 verglichen.

1. Zusammenfassung

2. Methodik

3. Über 70 Prozent nutzen Vergleichsportale

4. Vergleichsportale sind ständige Begleiter

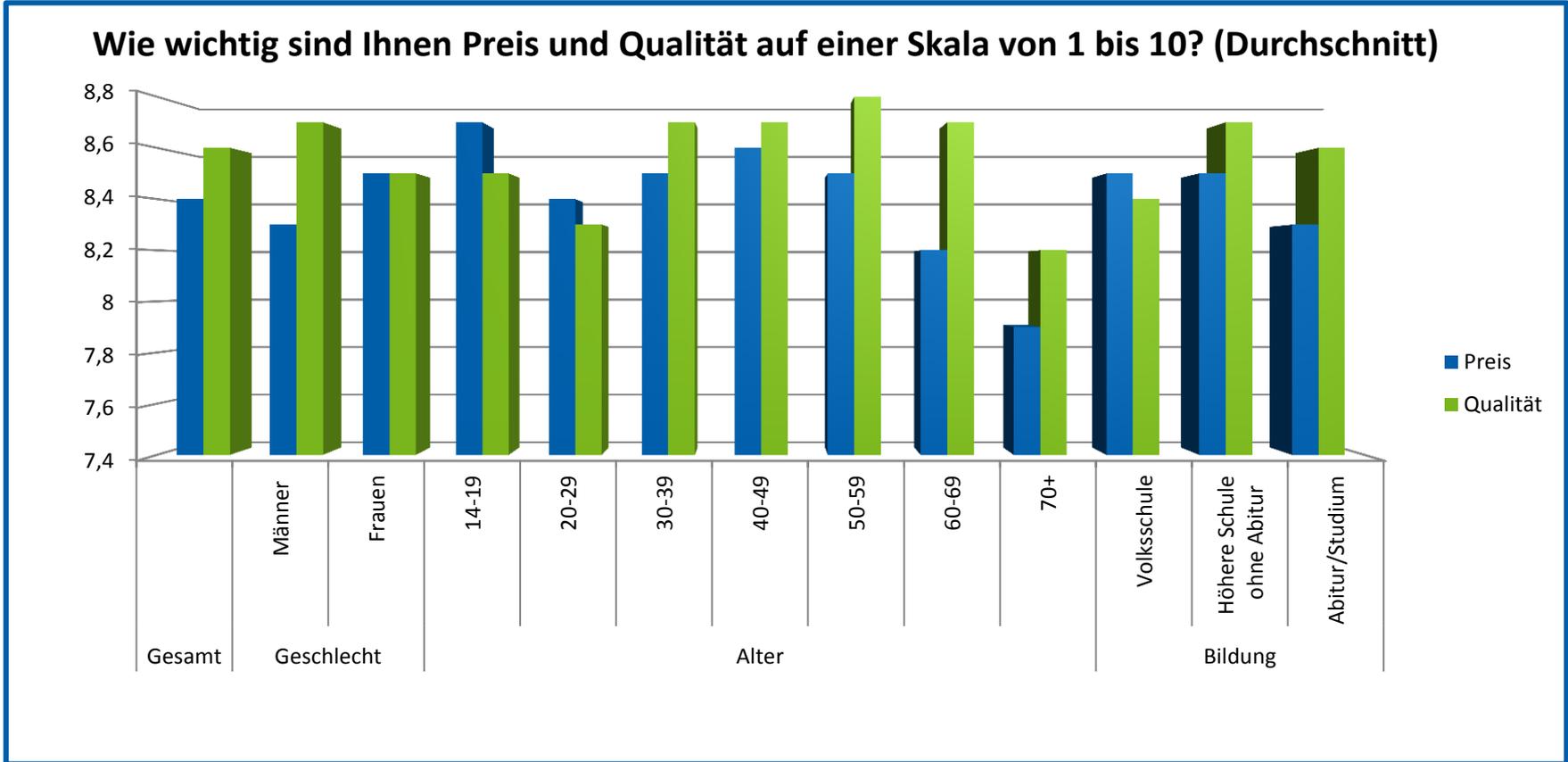
5. Kunden wollen Qualität zum besten Preis



Die Deutschen erwarten von Vergleichsportalen beste Qualität zum günstigsten Preis.

- Die Nutzer bewerten den Preis durchschnittlich mit 8,4, die Qualität mit 8,6 Punkten auf einer Skala von 1 (nicht wichtig) bis 10 (äußerst wichtig).
- 41 Prozent gaben an, dass ihnen der Preis äußerst wichtig ist (10 Punkte), die Qualität bewerteten sogar 43 Prozent als äußerst wichtig.
- **Bedeutung von Preis und Qualität nach Bevölkerungsgruppen:**
 - Für Frauen sind Preis und Qualität gleich wichtig, Männer empfinden die Qualität wichtiger als den Preis.
 - Die Bedeutung des Preises nimmt mit dem Alter und der Bildung der Befragten leicht ab, die Bedeutung der Qualität dagegen zu.

5. Kunden wollen Qualität zum besten Preis (2/2)





Daniel Friedheim
Head of Public Relations

CHECK24 Vergleichsportal GmbH

Erika-Mann-Str. 66 Tel. +49 89 2000 47 1170
80636 München Fax +49 89 2000 47 1011
www.check24.de daniel.friedheim@check24.de



Bernadette Rieger
Public Relations Manager

CHECK24 Vergleichsportal GmbH

Erika-Mann-Str. 66 Tel. +49 89 2000 47 1174
80636 München Fax +49 89 2000 47 1011
www.check24.de bernadette.rieger@check24.de