

## Studie: Finanz-Vergleichsportale nutzen Potenzial nur zum Teil

**Vergleichsportale erfreuen sich beim Thema Finanz- und Versicherungsprodukte unter den Internetnutzern in Deutschland nach wie vor an Beliebtheit. Knapp jeder zweite Internetnutzer (46 Prozent) hat in den letzten zwölf Monaten einen Vergleichsrechner genutzt, um sich über Finanz- oder Versicherungsprodukte zu informieren.**

**Vergleichsportale erfreuen sich beim Thema Finanz- und Versicherungsprodukte unter den Internetnutzern in Deutschland nach wie vor an Beliebtheit. Knapp jeder zweite Internetnutzer (46 Prozent) hat in den letzten zwölf Monaten einen Vergleichsrechner genutzt, um sich über Finanz- oder Versicherungsprodukte zu informieren. Dies ist das Ergebnis der Studie „Vergleichsrechner für Finanz- und Versicherungsprodukte aus Kundensicht“ des Kölner Marktforschungs- und Beratungsinstituts YouGov, für die insgesamt 2.503 Internetnutzer vom 25.10 bis 04.11.2013 repräsentativ befragt wurden.**

Allerdings: Die große Anzahl an Kundenkontakten können die Portale bisher nur teilweise für sich nutzen. Nur 19 Prozent der Nutzer von Vergleichsseiten haben das Produkt, über das sie sich zuletzt bei einem Vergleichsrechner informiert haben, auch dort gekauft. Dagegen kaufen 31 Prozent der Vergleichsseitennutzer dann auf anderem Weg – unter anderem auf traditionellem Wege über den Bankberater oder Versicherungsvertreter.

### **Kfz-Versicherung ist Vergleichsprodukt Nummer eins**

Wie die Studienergebnisse zeigen, hat sich mehr als die Hälfte der Vergleichsrechner-Nutzer in den letzten zwölf Monaten über Kfz-Versicherungen informiert, gefolgt von Sparprodukten mit festen Zinsen und Girokonten- und Kreditkarten. Bei komplexeren Produkten, wie Lebens- und Rentenversicherungen oder Baufinanzierungen, fällt die Nachfrage auf Vergleichsrechnern deutlich geringer aus. Dennoch gehen etwa vier von zehn Befragten davon aus, Vergleichsrechner in Zukunft noch häufiger zu nutzen, um sich über Finanz- und Versicherungsprodukte zu informieren.

### **Angst vor Datenmissbrauch hemmt Nutzung von Vergleichsrechnern**

Verbraucher, die keine Vergleichsrechner nutzen, lehnen diese nicht kategorisch ab, sondern haben oftmals schlichtweg keinen Bedarf sich über Finanz- oder Versicherungsprodukte zu informieren. Bei 17 Prozent bestehen allerdings auch Bedenken hinsichtlich der Weitergabe persönlicher Daten durch den Vergleichsrechner. Auf die klassischen Vertriebswege wollen viele Verbraucher aber nicht verzichten. Fast ein Viertel (24 Prozent) bevorzugt das persönliche Gespräch mit dem Bankberater bzw. Versicherungsvermittler. In Sachen Bekanntheit gehören Check24.de, Financescout24.de, Preisvergleich.de, Tarifcheck24.de und Verivox.de (in alphabetischer Reihenfolge) bei gestützter Abfrage zu den fünf bekanntesten Vergleichsrechnern unter den Internetnutzern und haben ebenso den größten Anteil der Nutzer in den letzten zwölf Monaten.

Neben der von Verbrauchern präferierten Produktsuche auf Vergleichsportalen analysiert die Studie „Vergleichsrechner für Finanz- und Versicherungsprodukte aus Kundensicht“ die Bekanntheit und Nutzung verschiedener Vergleichsrechner und gibt Aufschluss über Motive und Hemmschuhe für die Nutzung sowie das zukünftige Nutzungsverhalten.

In der Studie wurden folgende Vergleichsseiten untersucht: 1blick.de, Aspect-online.de, Bankenonline.org, BankingCheck.de, BankLupe.de, Banktip.de, Biallo.de, blaudirekt.de,

Check24.de, Comfortplan.de, DrKlein.de, Financescout24.de, Finanzcheck.de, Finanzen.de, finanzen.net, Finanzprofit.de, Finanztip.de, Finanzversteh.de, FMH.de, Geld.de, girokonto-vergleich.net, gironeto.de, kfz-tarifvergleich.com, nafiauto.de, Onvista.de, Preisvergleich.de, smava.de, Tarifcheck24.de, tarifseite.de, Test.de, Toptarif.de, transparo.de, Vergleich.de, Vergleich24.de, Verivox.de, Versicherungen.de, und Versicherungstarife.info.

**Pressekontakt:**

Nikolas Buckstegen  
- Manager PR -  
Telefon: 0221 / 420 61 - 444  
E-Mail: [presse@yougov.de](mailto:presse@yougov.de)

**Kontakt zur Studienleitung:**

Katja Drygala  
- Consultant -  
Telefon: 0221 / 420 61 - 558  
E-Mail: [katja.drygala@yougov.de](mailto:katja.drygala@yougov.de)

**Unternehmen:**

YouGov Deutschland AG  
Gustav - Heinemann - Ufer 72  
50968 Köln

Internet: [www.yougov.de](http://www.yougov.de)

**Über YouGov Deutschland AG:**

YouGov ist ein börsennotiertes Marktforschungsinstitut und einer der Pioniere im Einsatz von Online-Erhebungen zur Bereitstellung hochwertiger Daten in den Feldern Markt- und Sozialforschung. Neben dem Hauptsitz in London umfasst die weltweite YouGov-Gruppe u.a. Standorte in den USA, Skandinavien, Deutschland und dem Nahen Osten. YouGov ist ausgewiesener Spezialist für die Erforschung der Finanzdienstleistungs- und Versicherungsmärkte. Zahlreiche Unternehmen vertrauen seit vielen Jahren auf unsere Leistungen und unsere Erfahrung. YouGov liefert die relevanten Informationen rund um Marken, Produkte, Zielgruppen und Servicequalität und damit hochwertiges Entscheidungswissen für die Strategieentwicklung und die Optimierung von Marketing und Vertrieb. Individuelle Ad-Hoc-Studien werden ergänzt durch zahlreiche, zum Teil langjährige Monitorings im Privat- und Gewerbekundenmarkt, Image- und Werbetrackings, Vertriebspartner-befragungen und kontinuierliche Studien zu Produktinnovationen. Wir verzahnen unsere fundierten wirtschaftspsychologischen Analysen zudem mit onlinebasiertem Realtime Research für tägliche Informationen „in Echtzeit“.

Weitere Informationen finden Sie unter [www.research.yougov.de](http://www.research.yougov.de)

