

OBJEKTIVES RANKING AUF VERGLEICHSWEBSEITEN ZU FINANZDIENSTLEISTUNGEN SICHERN

19. Mai 2017

Impressum

Verbraucherzentrale

Bundesverband e.V.

Team

Teamname

Markgrafenstraße 66

10969 Berlin

finanzen@vzbv.de

INHALT

I. FINANZMARKT – EIN MARKT MIT BESONDERHEITEN	3
II. STUDIENERGEBNISSE	3
III. VERBRAUCHERPOLITISCHE SCHLUSSFOLGERUNGEN	4
1. Schutz der Bezeichnungen „Vergleichswebseite/Vergleichsportal“ in Bezug auf Finanzdienstleistungen	4
2. Kriterien und Anforderungen zur Objektivität von Online-Produktvergleichen bei Finanzdienstleistungen	4
3. Transparenz der Produktvergleiche bei Finanzdienstleistungen	5
4. Aufsicht über Finanzdienstleistungs-Vergleichswebseiten	5

I. FINANZMARKT – EIN MARKT MIT BESONDERHEITEN

Finanzdienstleistungen sind Vertrauensgüter, das heißt Güter, deren Qualität Verbraucher selbst nach dem Kauf nicht sicher feststellen können, wie etwa eine Berufsunfähigkeitsversicherung, ein Immobilienkredit oder eine fondsgebundene Versicherung. Finanzdienstleistungsprodukte sind oftmals komplex und daher besteht naturgemäß eine Informationsasymmetrie zwischen Finanzdienstleister und Verbraucher.

Hinzu kommt: Viele Entscheidungen zu Finanzdienstleistungsprodukten haben existenzielle oder weitreichende Konsequenzen. Falsche Entscheidungen können zu finanziellen Notlagen führen, etwa nicht passende Altersvorsorgeprodukte zu Altersarmut oder nicht passende Kreditprodukte zu Überschuldung. Bei Vertrauensgütern ist es besonders wichtig, dass sich Verbraucher bei der Produktauswahl darauf verlassen können, keine interessengeleiteten Informationen oder Empfehlungen zu erhalten.

Verbraucher nutzen Portale, um schnell und unkompliziert zum Vertragsabschluss zu kommen, um den günstigsten Preis zu finden und weil sie davon ausgehen, online bessere Angebote finden zu können.¹ Vergleichswebseiten können keine Beratung ersetzen, aber Verbrauchern eine wichtige Hilfestellung bieten, wenn es um die Produktauswahl geht. Problematisch wird es allerdings dann, wenn Vergleichswebseiten sich als unabhängig gerieren und den Eindruck vermitteln, sie würden objektive Produktvergleiche liefern und Verbrauchern somit helfen, das für sie beste und passendste Produkt zu wählen, dies in Wahrheit aber nicht der Fall ist.

II. STUDIENERGEBNISSE

Die Ergebnisse der aktuellen Studie zur „*Bewertung des Rankings von Vergleichsportalen in Bezug auf Finanzdienstleistungsprodukte*“, die das Institut für Finanzdienstleistungen (iff) im Auftrag des Verbraucherzentrale Bundesverbandes (vzbv) durchgeführt hat, sind deutlich:

- **Anschein der Objektivität:** Alle fünf in der Studie untersuchten Portale versuchen den Eindruck zu vermitteln, explizit Verbraucherinteressen zu vertreten.
- **Nicht nachvollziehbare Vorauswahl von Vertragspartnern:** Bei drei von fünf untersuchten Vergleichsportalen werden Produkte von Anbietern, die nicht über das Portal abgeschlossen werden können, in der Voreinstellung herausgefiltert. Das für Verbraucher (auch aus Portalsicht) beste Produkt kann dadurch ganz aus dem Vergleich herausfallen.
- **Bevorzugte Darstellung beworbener Produkte:** Bei drei von fünf untersuchten Portalen ist es erst auf den zweiten Blick möglich, Produkte, die beworben werden von den Produkten, die im Vergleich gerankt worden sind zu unterscheiden.
- **Ranking nicht nachvollziehbar:** Bei dem Produkt „Girokonto“ benennt nur ein Portal deutlich, welches die Rankingkriterien sind; aber selbst dieses Portal führt

¹ Siehe z.B. „Die digitale Versicherung – was Kunden wollen“, 2016, GfK im Auftrag des GDV, http://www.gdv.de/wp-content/uploads/2016/10/Praesentation_GfK-Befragung_Digitalisierung.pdf, Ab-ruf: 01.12.2016.

nicht aus, wie die Rankingkriterien zueinander gewichtet werden, so dass letztlich bei keinem der untersuchten Portale vollständig nachvollziehbar ist, wie das Produkt „Girokonto“ gerankt wird.

- **Unvollständige Marktübersicht:** Bei keinem der untersuchten Produkte auf den Portalen ist nachvollziehbar, ob der Marktvergleich vollständig ist, beziehungsweise wie hoch die Marktabdeckung der in den Vergleich einbezogenen Produkthanbieter ist.
- **Unsicherheit über Datenaktualität:** Die Aktualität der Daten wird lediglich bei zwei von fünf untersuchten Portalen ausgewiesen.
- **Mangelnde Transparenz über verbraucherrelevante Informationen:**
 - ❖ Zwei Portale gehören zur selben Unternehmensgruppe. Diese Information ist lediglich im Impressum oder der Rubrik „über uns“ zu finden.
 - ❖ Alle untersuchten Vergleichsportale geben – wenn auch teilweise nicht leicht auffindbar – an, dass sie sich durch Provisionen finanzieren. Lediglich ein Portal gibt jedoch an, dass die Provisionshöhe variieren kann.
 - ❖ Bei drei Portalen werden keine, bei einem Portal nur wenige einzelne Kundenkommentare gezeigt. Es wird bei keinem Portal erläutert, ob, und wenn ja, nach welchen Maßstäben die Kundenkommentare moderiert werden.

III. VERBRAUCHERPOLITISCHE SCHLUSSFOLGERUNGEN

Die Studie zeigt, dass Vergleichsportale Interessenkonflikte aufweisen, die sich auf den Produktvergleich auswirken. Das verbraucherpolitische Ziel ist es, Vergleichswebseiten auf dem Finanzmarkt zu etablieren, die verlässlich objektive und unabhängige Produktvergleiche für Verbraucher anstellen. Hierzu bedarf es folgender legislativer Maßnahmen:

1. SCHUTZ DER BEZEICHNUNGEN „VERGLEICHSWEBSEITE/VERGLEICHSPORTAL“ IN BEZUG AUF FINANZDIENSTLEISTUNGEN

Es bedarf eines gesetzlich definierten Kriterienkatalogs, welche Anforderungen erfüllt sein müssen, damit ein Webseitenbetreiber die Dienstleistungen „Vergleich von Finanzdienstleistungsanbietern oder von Finanzdienstleistungsprodukten“ als objektiv und unabhängig darstellen darf.

Wenn der Webseitenbetreiber, der die genannten Dienstleistungen erbringt, die definierten Anforderungen nicht erfüllt, sollte dieser deutlich und an hervorgehobener Stelle als Finanzproduktvermittler erkennbar sein.

2. KRITERIEN UND ANFORDERUNGEN ZUR OBJEKTIVITÄT VON ONLINE-PRODUKTVERGLEICHEN BEI FINANZDIENSTLEISTUNGEN

Der vzbv schlägt folgenden Kriterienkatalog zur Sicherung der Objektivität von Online-Produktvergleichen bei Finanzdienstleistungen vor:

- Alle verfügbaren Produkthanbieter beziehungsweise Produkte müssen nach der gleichen Methode bewertet werden.

- Alle Ergebnisse müssen nach der gleichen Methode dargestellt werden. Voreinstellungen und Filter müssen deutlich erkennbar, sachlich sinnvoll und nachvollziehbar sein. Die Eigenschaft „Vertragspartner“ ist kein sachlich sinnvolles Kriterium.
- Als Finanzierungsarten kommen folgende Varianten in Frage:
 - ❖ Direkte Vergütung des Vergleichs durch Verbraucher.
 - ❖ Platzierungsgebühr der Produkthanbieter. Diese Gebühr muss für alle Produkthanbieter gleich hoch sein; dies schließt umsatzabhängige Finanzierung über Provisionen und Affiliate Marketing aus.
 - ❖ Vergabe von Werbeplätzen auf der Webseite. Werbliche und redaktionelle Inhalte sind dabei deutlich zu trennen und zu unterscheiden.
- Buchung von Werbeplätzen darf keinen Einfluss auf Bewertung und Ergebnisdarstellung haben.
- Nicht monetäre Vorteile durch Produkthanbieter sind ausgeschlossen (keine Datenweitergabe, Produkte, Dienstleistungen etc.).

3. TRANSPARENZ DER PRODUKTVERGLEICHE BEI FINANZDIENSTLEISTUNGEN

Daneben muss die Transparenz von Produktvergleichen gewährleistet werden. Hierzu müssen folgende Informationen deutlich wahrnehmbar und damit visuell hervorgehoben dargestellt werden:

- Produkthanbieter, die in den Vergleich einfließen.
- Produkthanbieter, die nicht in den Vergleich einfließen, aber einen erheblichen Marktanteil haben.
- Marktabdeckung aller im Vergleich enthaltenen Produkthanbieter, wobei Vorgaben zur Ermittlung der Marktabdeckung festzulegen sind.
- Kriterien zum Produktvergleich.
- Voreinstellungen/Filter und ob diese durch Verbraucher verändert werden können.
- Finanzierung des Webseitenbetreibers.
- Wirtschaftliche Verflechtung mit Produkthanbietern und anderen Vergleichsportalen.
- Umgang mit Kundenbewertungen.

4. AUFSICHT ÜBER FINANZDIENSTLEISTUNGS-VERGLEICHSWEBSEITEN

Die Finanzaufsicht Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) sollte über die Einhaltung der Finanzdienstleistungs-Webseitenregulierung wachen. Sie ist zu beauftragen, Hinweisen auf Verzerrungen im Vergleich nachzugehen und festgestellte Mängel zu sanktionieren.