

FAQ

PROJEKT MARKTWÄCHTER DIGITALE WELT

UNTERSUCHUNG BUCHUNGS- UND VERGLEICHSPORTALE – DIE SCHWIERIGE SUCHE NACH DEM GÜNSTIGSTEN PREIS

1. Was wurde untersucht?

Die Untersuchung zu Buchungs- und Vergleichsportalen konzentriert sich auf einen zentralen Aspekt, nämlich wie gestaltet sich die Preissuche in den Portalen aus Sicht eines normalen Verbrauchers. Im Zentrum steht die Frage, ob Verbraucher durch die Suche über diese Portale den günstigsten Preis für das gewünschte Produkt oder die gewünschte Dienstleistung ermitteln können, wie es die Werbeaussagen der Portalbetreiber versprechen.

Als weiterer Aspekt wurde untersucht, ob die Nutzungsfrequenz oder die Nutzung eines bestimmten Endgeräts Einfluss auf den Preis hat.

2. Wie wurde dabei vorgegangen?

Die Verbraucherzentralen ermittelten durch repräsentativ angelegte Verbraucherbefragungen die 27 bekanntesten und beliebtesten Buchungs- und Vergleichsportale in den Marktsegmenten Energie, Telekommunikation und Flugreisen und untersuchten diese empirisch. Die so ermittelten Portalpreise sind mit den Anbieterpreisen verglichen worden.

3. Wie wurden die Anbieter ausgesucht, die in die Analyse einbezogen wurden?

Die Ergebnisse der repräsentativ angelegten Verbraucherbefragungen sowie ausgewählte Kriterien bestimmten die Portale, die in die Untersuchung eingingen.

4. Welche Stichprobe wurde für den Preisvergleich gewählt?

Ziel war es, für ausgewählte Anbieter und Produkte bzw. Tarife die Preise gegenüberzustellen und Preisunterschiede zwischen Portalen zu identifizieren. Es wurde zunächst eine kriteriengeleitete Auswahl der zu untersuchenden Anbieter und Produkte bzw. Tarife vorgenommen. Durch die Auswahl von jeweils vier Anbietern und vier Tarifen pro Teilmarkt kann der Markt nur exemplarisch abgebildet werden. Die Stichprobe orientiert sich

an den für Verbraucher als realistisch anzunehmenden Vergleichsaufwänden.

5. Wie viele Preise wurden verglichen?

Es wurden insgesamt 770 Einzelpreise von Portalen dokumentiert und mit Preisen auf den Anbieterseiten verglichen.

6. Wann wurde untersucht?

Die Datenerhebung wurde im Zeitraum Juni bis September 2015 durchgeführt.

7. Welche Hypothesen wurden bei der Untersuchung überprüft?

Die übergeordnete Zielsetzung der Untersuchung ist die Beantwortung der Frage, inwiefern Verbraucher über Buchungs- und Vergleichsportale einen Nutzen hinsichtlich der Preisermittlung des günstigsten Preises ziehen können.

Um diese Frage beantworten zu können, wurden Hypothesen formuliert, die die Gegenüberstellung von Preisen auf Buchungs- und Vergleichsportalen zum Gegenstand haben. In der Untersuchung wurden nachfolgende vier Untersuchungshypothesen geprüft.

Hypothese 1

Der Preis eines Tarifs unterscheidet sich auf Buchungs- und Vergleichsportalen.

Hypothese 2

Der Preis eines Tarifs auf Buchungs- oder Vergleichsportalen ist günstiger als der Preis auf der Anbieterseite.

Hypothese 3

Der in einem Portal angezeigte Preis eines Tarifs unterscheidet sich, je nachdem, mit welchem Endgerät (Android, iOS, stationärer PC) das Portal aufgerufen wurde.

Hypothese 4

Der wiederholte Aufruf eines Tarifs auf einem Buchungs- oder Vergleichsportal hat Auswirkungen auf die Anzeige oder Höhe des Preises.

8. Welche Kriterien wurden für die Auswahl angesetzt?

Kriterien zur Wahl der Anbieter:

- Umsatzanteil
- Kundenzahl
- Reichweite
- Geschäftsmodell

Kriterien zur Wahl der Produkte/ Tarife:

- Vertragslaufzeit
- Angebot
- Tarifmodell
- Tarifoption
- Datenvolumen

9. Wie wurden die Portale verglichen?

Zur Überprüfung der aufgestellten Hypothesen wurden vier Vergleiche durchgeführt. Die Vergleiche orientierten sich an den zuvor festgelegten Kriterien der Auswahl und erfolgten – je nach Vergleich – über PC oder mobile Endgeräte. Jeder Schritt ist durch Screenshots dokumentiert.

Folgende Vergleiche wurden durchgeführt:

Vergleich 1: Preisvergleich zwischen den einzelnen Portalen

Vergleich 2: Preisvergleich mit den Preisen der Anbieter-Webseite

Vergleich 3: Preisvergleich bei der Nutzung unterschiedlicher Endgeräte

Vergleich 4: Preisvergleich bei unterschiedlich häufiger Nachfrage

10. Wie wurde die Qualität der Untersuchung gesichert?

An der Untersuchung waren die Schwerpunkt-Verbraucherzentralen Bayern, Brandenburg und Nordrhein-Westfalen beteiligt. Jede Verbraucherzentrale hat jeweils eines der drei Marktsegmente Energie, Telekommunikation und Flugreisen untersucht. Die ermittelten Werte und die daraus resultierenden Ergebnisse wurden im Sinne einer internen Peer-Review qualitätsgesichert. Der fertige Bericht wurde abschließend von allen fünf Schwerpunkten des Marktwächters Digitale Welt sowie vom zentralen Qualitätsmanagement im Verbraucherzentrale Bundesverband geprüft und freigegeben.

11. Was sind die Kernergebnisse?

Untersuchungsergebnisse im Einzelnen:

STARKE PREISSCHWANKUNGEN ZWISCHEN DEN EINZELNEN PORTALEN

- Bei Telekommunikation und Flugreisen sind starke Preisvarianzen zwischen den einzelnen Portalen möglich.
- Verbraucher können bei der Nutzung nur eines einzigen Portals nicht sicher sein, tatsächlich den günstigsten Preis ermittelt zu haben.

HÄUFIG GÜNSTIGERE PREISE AUF DEN ANBIETERSEITEN

- Bei Telekommunikation und Flugreisen wurde festgestellt, dass Verbraucher die gewählten Produkte und Tarife auf den Anbieterseiten oftmals zu günstigeren Preisen angeboten bekommen.
- Im Bereich Energie werden häufig identische Preise angezeigt.
- Bei der Produktsuche lohnt sich somit auch immer ein Blick auf die Webseite der Anbieter.

KEIN UMFASSENDE MARKTÜBERBLICK

- Portale sind frei in der Entscheidung, welche Anbieter sie listen; so ermöglicht ihre Nutzung zwar eine Orientierung, ein umfassender Marktüberblick wird nicht gewährleistet.

UNTERSCHIEDLICHE PORTALE KÖNNEN ZU DEMSELBEN UNTERNEHMEN GEHÖREN

- Oft gehören mehrere Portale zum selben Unternehmen oder kooperieren zumindest miteinander. Dies führt dazu, dass Nutzer faktisch eine geringere Zahl an Preisvergleichen vorfinden, als die Anzahl der ausgewählten Portale vermuten lässt.

FEHLENDE VERGLEICHSMÖGLICHKEIT DURCH FEHLENDE ENDPREISANGABEN

- Im Bereich der Flugreisen stellen angezeigte Preise oftmals keine Endpreise dar. Sie können sich im Laufe des Buchungsvorgangs durch zusätzliche variierende Service- und Zahlungsgebühren erhöhen. Dies schränkt die Vergleichsmöglichkeit der Preise massiv ein.

POSITIV: KEINE PREISUNTERSCHIEDE BEI DER NUTZUNG UNTERSCHIEDLICHER ENDGERÄTE ODER UNTERSCHIEDLICH HÄUFIGER NACHFRAGE

- In der Untersuchung konnte kein Einfluss auf Preise je nach Wahl des Betriebssystems oder Häufigkeit der Nachfrage eines Produkts oder Tarifs festgestellt werden.

12. Wie sollten sich Verbraucher aufgrund der Untersuchungsergebnisse verhalten?

Vor dem Hintergrund der Untersuchungsergebnisse können Verbraucher Vergleichsportale weiterhin zur Orientierung nutzen, sollten für den Preisvergleich aber viel Zeit mitbringen und sich nicht nur auf ein Portal verlassen. Vor allem bei Portal-Familien ist es wichtig, mindestens noch ein unabhängiges Portal zu Rate zu ziehen. Am Ende sollten die Ergebnisse noch mit der Seite des jeweiligen Anbieters abgeglichen werden.

13. Was bedeutet das für den Nutzen von Vergleichsportalen für Verbraucher im Allgemeinen?

Die Untersuchung zeigt auf, dass Buchungs- und Vergleichsportale eine Orientierung über die Angebote auf dem Markt geben können.

Jedoch wird der Nutzen für Verbraucher dadurch eingeschränkt, dass sie häufig, entgegen den Werbeversprechen der Portalbetreiber, nicht den günstigsten Preis anzeigen, nur scheinbar eine Vielfalt von Portalen besteht und Endpreise erst nach erheblichem Zeitaufwand angezeigt werden, was den Vergleich erschwert.

Über den Nutzen von Buchungs- und Vergleichsportalen im Allgemeinen können keine pauschalen Aussagen über alle Märkte hinweg getroffen werden. Die Ergebnisse zu den benannten Hypothesen weichen in den einzelnen Märkten zum Teil stark voneinander ab. Einzig die Hypothesen hinsichtlich der Nutzung verschiedener Endgeräte und der wiederholten Nachfrage eines gesuchten Produkts/Tarifs auf Änderungen des angezeigten Preises können in allen Märkten durch diese Untersuchung nicht verifiziert werden.

Die Preisvarianz der Tarife auf den untersuchten Portalen sowie das Verhältnis des Portal-Preises zum Preis des Anbieters hängen hingegen stärker vom entsprechenden Markt ab, in dem eine Preisabfrage erfolgte.

Ergebnisse zu den Hypothesen im Einzelnen:

	Energie	Telekommunikation	Flugreise
H.1 Der Preis eines Tarifs unterscheidet sich auf Buchungs- und Vergleichsportalen.	Tendenziell nein Die in den untersuchten Portalen angezeigten Preise sind nahezu identisch .	Tendenziell ja Die in den untersuchten Portalen angezeigten Preise variieren erheblich.	Tendenziell ja Die in den untersuchten Portalen angezeigten Preise variieren zum Teil erheblich.
H.2 Der Preis eines Tarifs auf Buchungs- oder Vergleichsportalen ist günstiger als der Preis auf der Anbieterseite.	Tendenziell ja In der Regel sind die angezeigten Preise identisch mit den Anbieterpreisen oder liegen unterhalb dieser.	Tendenziell nein Die Hälfte der in den Portalen angezeigten Preise liegt unterhalb , die andere Hälfte oberhalb der Anbieterpreise.	Tendenziell nein Zu Beginn liegen die meisten angezeigten Preise unterhalb der Anbieterpreise. Bei Wahl eines gängigen Zahlungsmittels liegen die meisten jedoch darüber .

<p>H.3</p> <p>Der in einem Portal angezeigte Preis eines Tarifs unterscheidet sich, je nachdem, mit welchem Endgerät (Android, iOS, stationärer PC) das Portal aufgerufen wurde.</p>	<p>Nein</p> <p>Es konnten, mit Ausnahme zweier abweichender Preisausweisungen, keine Preisunterschiede bei Nutzung unterschiedlicher Endgeräte festgestellt werden.</p>	<p>Nein</p> <p>Es konnten keine Preisunterschiede bei Nutzung unterschiedlicher Endgeräte festgestellt werden.</p>	<p>Nein</p> <p>Es konnten, mit Ausnahme eines abweichenden Preises, keine Preisunterschiede bei Nutzung unterschiedlicher Endgeräte festgestellt werden.</p>
<p>H.4</p> <p>Der wiederholte Aufruf eines Tarifs auf einem Buchungs- oder Vergleichsportal hat Auswirkungen auf die Anzeige oder Höhe des Preises.</p>	<p>Nein</p> <p>Es konnten keine Preisunterschiede bei unterschiedlich häufiger Nachfrage festgestellt werden.</p>	<p>Nein</p> <p>Es konnten keine Preisunterschiede bei unterschiedlich häufiger Nachfrage festgestellt werden.</p>	<p>Tendenziell nein</p> <p>Es konnten kaum Preisunterschiede bei unterschiedlich häufiger Nachfrage festgestellt werden. Bei zwei Portalen gab es geringfügige Abweichungen.</p>

14. Gibt es Anbieter, die besonders gut oder schlecht abschneiden?

Die Untersuchung konzentriert sich auf die Frage, ob Verbraucher durch die Suche über Buchungs- und Vergleichsportale den günstigsten Preis für das gewünschte Produkt oder die gewünschte Dienstleistung ermitteln können, wie es die Werbeaussagen der Portalbetreiber versprechen.

Ein Ranking einzelner Anbieter oder Marktsegmente war nicht Teil der Untersuchung.

Kontakt

Verbraucherzentrale
Bundesverband e.V.

Projekt Marktwächter Digitale Welt

Markgrafenstraße 66
10969 Berlin

marktwaechter@vzbv.de