

Lob und Tadel – Vergleichsportale

Vergleichsportale sind für Verbraucher nicht mehr wegzudenken. Es gibt sie in allen Variationen und zu allen möglichen Themen. Die Frage ist, was sie tatsächlich zu leisten vermögen. Die andere Frage ist, ob sie denn die Suche nach dem richtigen Versicherungstarif überhaupt erleichtern können. Und sind sie auch für Vermittler ein Werkzeug?

Vergleichsportale sind für Verbraucher nicht mehr wegzudenken. Es gibt sie in allen Variationen und zu allen möglichen Themen. Die Frage ist, was sie tatsächlich zu leisten vermögen. Die andere Frage ist, ob sie denn die Suche nach dem richtigen Versicherungstarif überhaupt erleichtern können. Und sind sie auch für Vermittler ein Werkzeug?

Endverbraucher, die sich über Versicherungen informieren wollen, landen im Internet in der Regel bei einem der vielfältigen Vergleichsportale. Insbesondere gegen Ende des Jahres haben Vergleichsportale rund um das Thema Kfz-Versicherung Hochkonjunktur. Manche Portale ähneln mittlerweile jedoch auch einem Gemischtwarenladen. Strompreise, Gaspreise, Versicherungspreise. Endverbraucher, die nun der Meinung sind, es genügt, eines dieser Portale zu bemühen, um das bestmögliche Versicherungsprodukt auf zu stöbern, sind sicherlich blauäugig.

Mit identischen Informationen ist es mehr oder weniger normal, auf unterschiedlichen Portalen unterschiedliche Resultate zu erhalten. Handelt es sich um einen geduldigen Endverbraucher, wird er zwei, drei, oder auch mehr Vergleichsportale bemühen und anschließend wohl doch nicht wissen, welches Ergebnis denn nun tatsächlich das zuverlässigste ist. Zielführend ist das für den Endverbraucher sicherlich nicht.

Woher resultieren die unterschiedlichen Resultate bei gleichen Eingangsvoraussetzungen? Die Financial Times Deutschland berichtete am 16.11.2012 zum Thema online Portale. Die Feststellung: auf den Vergleichsportalen sind oft nur relativ wenige unterschiedliche Produkte, Tarife und Anbieter vertreten. Verbraucher, die darauf setzen, ein solches Portal bietet einen Überblick über den gesamten Markt, müssen sich getäuscht fühlen. Mal fehlt der eine wichtige Anbieter, mal ist es ein anderer.

Auch völlig neue Wege werden gegangen. Wie AIP am 12.02.2013 berichtet hat, ging inzwischen das Vergleichsportal „Die MarsMännchen“ an den Start. Hier geht es dem Betreiber nicht um den Preisvergleich, sondern es geht ihm um einen möglichst optimal auf die Bedürfnisse des Verbrauchers abgestimmten Versicherungsumfang, welcher über eine Risikoermittlung mit passenden Produktbausteinen aufgebaut werden soll. Auf dieser Basis sollen dann die Anbieter dem Endkunden passende Angebote unterbreiten. Der Betreiber kam, wie er erklärt, nicht zuletzt deshalb auf diese Idee, weil er zu dem Ergebnis gelangt ist, dass viele Vergleichsportale dem Endverbraucher im Grunde keinen fairen Vergleich bieten können. Dabei verweist er auf das Beispiel einer Werbekampagne eines Elektronik-Riesen, der vor kurzem damit warb, bestimmte Geräte zum günstigsten Preis zu verkaufen, nachdem der Kunde auf einem ganz bestimmten Vergleichsportal zuvor den niedrigsten Preis ermittelt hatte. Verbraucher mussten hier schon etwas hinter die Kulissen schauen, um zu erkennen, dass Elektronikriese und Vergleichsportal zum gleichen Konzern gehören.

Was Endverbraucher ebenfalls in der Regel nicht bemerken ist die Tatsache, dass Vergleichsportale häufig nur eine unterschiedliche Benutzeroberfläche bieten. Oft hat man den Eindruck, sogar nur die Farben sind ausgetauscht. Ein Blick in das Impressum zeigt häufig, welche Verflechtungen bestehen, welche Anbieter tatsächlich hinter dem Auftritt stecken und der

geübte Blick zeigt außerdem, dass in vielen Fällen im Hintergrund die selbe Technik läuft, sprich dieselben Vergleichsrechner genutzt werden. Was jedoch nicht heißt, dass auch die gleiche Anzahl von Tarifen enthalten ist, bzw. dieselben Anbieter gelistet werden.

Für Endverbraucher kann dies auch für die Zukunft in den meisten Fällen nur bedeuten, einen unabhängigen Berater, Makler oder Honorarberater, mit der Ermittlung des passenden Versicherungsschutzes zu beauftragen. Vergleichsportale dürften auch weiterhin nur etwas für Kunden sein, die sich intensiv mit der Versicherungs-Materie auseinandersetzen bereit erklären und sich zutrauen, nach zeitaufwändiger Eingabe Ihrer Daten in möglichst mehrere Vergleichsportale das tatsächlich passende Produkt zu ermitteln.

Für Vermittler sind die an Endkunden gerichteten Vergleichsportale indessen ungeeignet. Hier führt kein Weg an speziellen Vergleichsprogrammen, die für Vermittler erstellt werden, vorbei.

Volker P. Andelfinger