

## Finanzvergleichsportale erfreuen sich zunehmender Beliebtheit

**Finanzvergleichsportale sind heutzutage bei Verbrauchern durchaus populär und mittlerweile fester Bestandteil bei der Recherche von Finanzprodukten. Rund 78 Prozent der deutschen Internetnutzer kennen mindestens ein Vergleichsportal. 65 Prozent derer, die ein Finanzvergleichsportal kennen, haben bereits eins genutzt.**

**Finanzvergleichsportale sind heutzutage bei Verbrauchern durchaus populär und mittlerweile fester Bestandteil bei der Recherche von Finanzprodukten. Rund 78 Prozent der deutschen Internetnutzer kennen mindestens ein Vergleichsportal. 65 Prozent derer, die ein Finanzvergleichsportal kennen, haben bereits eins genutzt. Dies ist das Ergebnis der aktuellen Studie „Finanzvergleichsportale 2013“ des Marktforschungs- und Beratungsinstituts YouGov, für die rund 1.000 Internetnutzer und (Mit-)Entscheider bei Geldangelegenheiten im Privathaushalt vom 18.06. bis 24.06.2013 repräsentativ befragt wurden.**

Wie die Studienergebnisse zeigen, besteht aus Verbrauchersicht aber noch Verbesserungsbedarf: So schlagen die Befragten eine bessere Übersichtlichkeit der Angebote und grundsätzlich mehr Transparenz vor (15 Prozent). Bessere Angebote und Konditionen sind für 13 Prozent ebenfalls ein weiterer Anreiz Finanzvergleichsportale zu nutzen. Insgesamt ist jedoch die Mehrheit mit den Angeboten der Portale zufrieden (27 Prozent). Hinsichtlich der Datensicherheit bestehen kaum Bedenken (ein Prozent).

Gute Finanzvergleichsportale zeichnen sich bei Verbrauchern neben Objektivität und Unabhängigkeit durch eine gute Vergleichbarkeit (32 Prozent) sowie Vielseitigkeit der Angebote und viele Vergleichsmöglichkeiten (28 Prozent) aus. Guter Service (vier Prozent) und der Aspekt, dass die Nutzung des Portals kostenlos ist (zwei Prozent), werden hingegen selten aktiv als wichtige Qualitätsmerkmale genannt.

Die bekanntesten Finanzvergleichsportale sind CHECK24.de (60 Prozent), VERIVOX.de und FINANZCHECK.de (jeweils 30 Prozent). Wie zu erwarten sind CHECK24.de (39 Prozent) und VERIVOX.de (21 Prozent) mit Abstand auch die meistgenutzten Portale.

Häufiger Grund für die Nicht-Nutzung ist ein nicht vorhandener Bedarf (57 Prozent) oder ein unzureichendes liquides Geldvermögen (13 Prozent). Jeder Zehnte misstraut den Angeboten auf Finanzvergleichsportalen oder unterstellt fehlende Objektivität. „Aus unseren qualitativen Analysen der Daten lesen wir heraus, dass viele Verbraucher befürchten, die Angebote könnten ein Lockmittel sein. Ähnlich wie bei Billigfliegern stellt sich das reale Angebot beim Abschluss häufig als weitaus teurer heraus“, weiß Guido Kiell, Leiter der Finanzmarktforschung Banken und Sparkassen bei YouGov.

Für die Studie wurden folgende Finanzvergleichsportale untersucht: BankingCheck.de, BankLupe.de, Banktip.de, biallo.de, CHECK24.de, creditolo.de, FINANZCHECK.de, FINANCESCOOUT24.de, FMH.de, GELD.de, preis24.de, smava.de, TOPTARIF.de, transparo.de, vergleich.de und VERIVOX.de.

**Pressekontakt:**

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

**Kontakt zur Studienleitung:**

Paula Wolff  
- Consultant -  
Telefon: 0221 / 420 61 - 323  
E-Mail: [paula.wolff@yougov.de](mailto:paula.wolff@yougov.de)

**Unternehmen:**

YouGov Deutschland AG  
Gustav - Heinemann - Ufer 72  
50968 Köln

**Über YouGov Deutschland AG:**

YouGov ist ein im Jahr 2000 gegründetes, 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, Vertriebspartnerbefragungen 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)

