

Vergleichsrechner: 1 Prozentpunkt höhere Bekanntheit steigert Reichweite um 138.000 Kundenkontakte

Bei Vergleichsrechnern für Finanz- oder Versicherungsprodukte ist der Zusammenhang zwischen der gestützten Bekanntheit und den Kundenkontakten pro Jahr sehr hoch. Steigt die Bekanntheit um einen Prozentpunkt, führt dies zu weiteren 138.000 Kundenkontakten pro Jahr.

Bei Vergleichsrechnern für Finanz- oder Versicherungsprodukte ist der Zusammenhang zwischen der gestützten Bekanntheit und den Kundenkontakten pro Jahr sehr hoch. Steigt die Bekanntheit um einen Prozentpunkt, führt dies zu weiteren 138.000 Kundenkontakten pro Jahr. Dieser lineare Zusammenhang ist über alle Bekanntheitsquoten sehr stabil und kann zur Berechnung eines Geschäftsmodells herangezogen werden. Besonders prägnante Marken mit klaren Botschaften können diese Quote sogar noch steigern und liegen über der auf Basis der Bekanntheit erwarteten Nutzungsquote. Dies gilt insbesondere für Check24 und Verivox, die auf ihrem jeweiligen Bekanntheitsniveau über überproportional viele Nutzer verfügen. Dies ist das Ergebnis der internetrepräsentativen Studie "Vergleichsrechner für Finanz- und Versicherungsprodukte aus Kundensicht" des Marktforschungs- und Beratungsinstituts YouGov, für die insgesamt 2.503 Internetnutzer im Oktober 2013 befragt wurden.

Nutzer erkennen: der reiche Selbstentscheider

Wie eine Profilanalyse verdeutlicht, hängt die Nutzung von Vergleichsrechnern insbesondere von der Höhe des Haushaltsnettoeinkommens ab. Dahinter liegt auch ein Alterseffekt und damit verbunden der Bedarf an Versicherungen. Darüber hinaus wirkt auch eine Vorteilswahrnehmung durch die Nutzung von Vergleichsrechnern fördernd: Ein positives Kontrollerleben, Herr des Entscheidungsprozesses zu sein, die Wahrnehmung einer großen Auswahl, die erlebte Einfachheit des Informierens und des Produkterwerbs sind weitere Prädiktoren für die Nutzung zum Informieren und auch zum Kauf von Finanz- und Versicherungsprodukten.

„Nicht-Nutzer wollen ihre Finanz- und Versicherungsgeschäfte häufig lieber delegieren und lassen ihre Finger von diesen Do-it-yourself-Angeboten. Jedoch lassen sich einige der potenziellen Vergleichsrechnernutzer für Finanz- und Versicherungsfragen durch spezifische Maßnahmen, wie eine ganzheitliche oder telefonische Beratung, doch noch gewinnen“, weiß Dr. Oliver Gaedeke, Vorstand und Leiter der Finanzmarktforschung bei YouGov.

Nutzer sagen: Vergleichsrechner von unterschiedlicher Qualität

In der Qualitätsbeurteilung aktueller Nutzer von einzelnen Vergleichsrechnern zeigt sich eine breite Streuung hinsichtlich Unabhängigkeit, Einfachheit der Bedienung oder der Gesamtbeurteilung: Von den Nutzern werden diese Vergleichsrechner (in alphabetischer Reihenfolge) zu mindestens 50 Prozent mit insgesamt „ausgezeichnet“ oder „sehr gut“ beurteilt: Aspect-online.de, BankingCheck.de, Check24.de, DrKlein.de und tarifseite.de. „Die Investition in Usability und Angebotsvielfalt steigert nicht nur die Nutzungsquote und Weiterempfehlung, sondern auch die tatsächliche Abschlussbereitschaft über dieses Vergleichsportal“, sagt Gaedeke.

Die Studie liefert eine umfassende Analyse von Bekanntheit und Nutzung verschiedener Vergleichsrechner und gibt Aufschluss über Motive und Hemmschuhe für die Nutzung, konkrete Nutzungserfahrungen in Bezug auf Finanzdienstleistungsprodukte sowie das zukünftige

Nutzungsverhalten.

Untersucht wurden in über 5.000 Beurteilungen über die folgenden Vergleicher neben der Gesamtbeurteilung diese sechs Teilqualitäten (Unabhängigkeit und Objektivität, Einfachheit der Bedienung, Attraktivität der Suchergebnisse, Klarheit und Verständlichkeit der Ergebnisse, Umfang der Ergebnisse sowie Produktassoziationen) der Kunden für die Aspect-online.de, BankingCheck.de, Biallo.de, blaudirekt.de, Check24.de (n=929), DrKlein.de, Financescout24.de, Finanzcheck.de, Finanzen.de, finanzen.net, Finanzprofit.de, Finanztip.de, Geld.de, girokonto-vergleich.net, kfz-tarifvergleich.com, Onvista.de, Preisvergleich.de, smava.de, Tarifcheck24.de, tarifseite.de, Test.de, Toptarif.de, transparo.de, Vergleich.de, Vergleich24.de, Verivox.de, Versicherungen.de, Versicherungstarife.info.

Weitere Informationen zur Studie finden Sie unter:

<http://research.yougov.de/services/comparisoncheck-finanzen/>

Pressekontakt:

Nikolas Buckstegen

- Manager PR -

Telefon: 0221 / 420 61 - 444

E-Mail: presse@yougov.de

Kontakt zur Studienleitung:

Katja Drygala

- Consultant -

Telefon: 0221 / 420 61 - 558

E-Mail: katja.drygala@yougov.de

Unternehmen:

YouGov Deutschland AG

Gustav - Heinemann - Ufer 72

50968 Köln

Internet: 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

