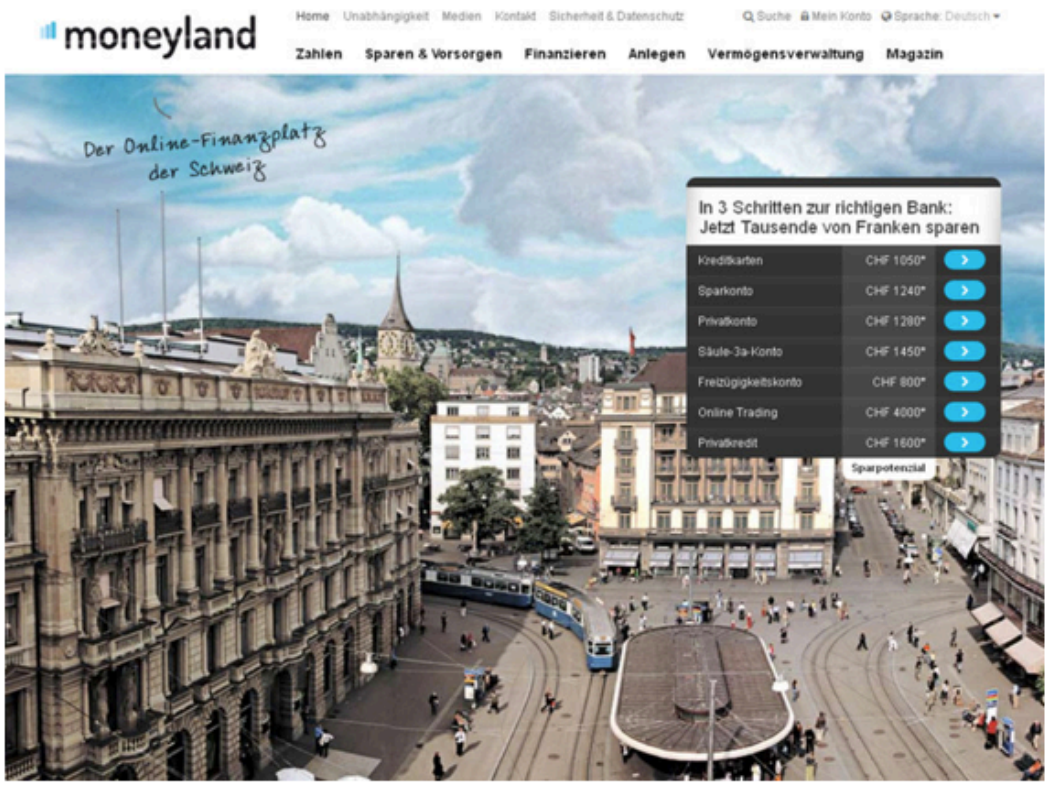
Das Geschäft mit den Vergleichsportalen

Aktualisiert vor 26 Minuten 2 Kommentare

Wo ein Konsument informiert sein will, winkt Anbietern ein lukrativer Deal. Ein Zürcher Startup bietet dem Marktführer Comparis nun die Stirn. Und im Hintergrund bringt sich ein Gigant in Stellung.



1/5 Seit Juni mach ein weiteres Vergleichsportal auf sich aufmerksam: Moneyland.ch, ein «Online-Finanzplatz für die Schweiz».

Teilen und kommentieren

0 | 0 | 0 | 2

Like | Tweet | Mail | Kommentare

Artikel zum Thema

- Eilt der «K-Tipp» Bundesrat Berset zu Hilfe?
- Das Geschäft mit dem Handy-Wirrwarr

Die Redaktion auf Twitter

Folgen Sie dem Ressort auf dem Kurznachrichtendienst

@TA_Wirtschaft folgen

Stichworte

- Comparis
- Shopping

Korrektur-Hinweis

Melden Sie uns sachliche oder formale Fehler.

Google-Anzeigen

Sofortkredit in 24h
CHF 3'000-250'000, tiefste Zinsen. Jetzt online beantragen!
www.ASFinanz.ch

Eigentumswohnung Zürisee
Seesicht, ruhige Lage, Bezug: 2014 mit Gartensitzplatz ab Fr 1'200'000
www.tris-staefa.ch

Auf der Suche nach der passenden Online-Trading-Plattform? Keine Lust aufs Broschürenstudium und auf komplizierte Modellrechnungen? Die Vergleichsseite Moneyland.ch könnte helfen. Vor einem Monat lanciert, wartet das Portal mit einer Reihe neuartiger Konsumenteninfos zu Finanzthemen auf. Damit tritt ein weiterer Player in die Landschaft bestehender Webseiten: Bereits existieren **Comparis**.ch, Bonus.ch, Icompare.ch, Vergleiche.ch und viele weitere Domänen.

Die Seiten listen Handytarife, Krankenkassenprämien und Kontokosten auf und berechnen für jeden Konsumententyp die passende Lebensversicherung. Bei Comparis.ch werden die Aktionen von Migros und Coop aufgelistet, und auf Vergleiche.ch lassen sich sogar Datingplattformen kontrastieren. 43 Prozent Männer zu 57 Prozent Frauen tummeln sich auf Plattform A; 20 Prozent der Mitglieder sind unter dreissig auf Plattform B: Der rationale Konsument vergleicht, bevor er Geld ausgibt.

Das brachliegende Finanzfeld

Die passenden Infos bereitszustellen, das ist ein Millionenmarkt. Und er ist längst nicht ausgeschöpft: Besonders gross ist der Aufholbedarf etwa im Finanzbereich. «Die Banken hinken bei der Digitalisierung fünfzehn Jahre nach», sagen die Branchenvertreter unisono. Gehört der Onlineabschluss von Autoversicherungen mittlerweile zu den Standardprozeduren, so halten sich die Bankhäuser zurück. Man will den Kunden lieber in der Filiale sehen, um Zusatzprodukte zu vertreiben. Auch die Formalitäten sind im datensensiblen Banking etwas umständlicher.

Dabei liessen sich übers Internet auch bei Sparkonto oder Kreditkarte die Vertriebskosten senken: Um die 50 Franken müsste eine Onlineofferte, welche direkt zum interessierten Kunden gelangt, einer Bank allein aus Kostengründen schon wert sein, heisst es. Etwa soviel erhalten Comparis.ch oder Bonus.ch, wenn sie Krankenkassen- oder sonstige Versicherungskontrakte vermitteln, Offerten für Handyabos sollen gegen 100 Franken wert sein.

Volkswirtschaftlicher und privater Nutzen

Potenziell ist der online akquirierte Kunde aber noch viel mehr wert. Beispiel Säule 3a: Ist das Vorsorgekonto einmal eröffnet, so fliessen die Tausenderbeträge mit hoher Wahrscheinlichkeit über Jahre darauf. «Finanzvergleiche sind eindeutig ein Wachstumsmarkt», sagt Johann Peter Burkhard, Verwaltungsrat bei Comparis. Aktuell bietet seine Webseite keine automatischen Offerten für 3a-Konten an. Auch Moneyland.ch will sich diesbezüglich noch zurückhalten, obwohl das Geschäftsmodell nebst Werbebannern auch Offerten als Einkunftsquelle vorsieht.

Das Portal Bonus.ch verdient mittels Direktlinks zu den Anbietern an seinem Vergleichsservice. Ein Beispiel sind Kreditkarten: Jeder Klick in Richtung einer Bank bringt den Portalbetreibern ein paar Franken ein. Mit seinen knapp zehn Mitarbeitern ist Bonus.ch das kleine unter den grösseren Portalen. Comparis.ch ist seit der Gründung im Jahr 1996 auf über achtzig Mitarbeiter angewachsen, jährlich stösst eine Handvoll weiterer Arbeitskräfte dazu.

Sechs Leute kümmern sich alleine um die Medienarbeit: Als natürlicher Verbündeter der Presse verfasst Comparis regelmässig Studien, bei deren Diskussion auch Eigenwerbung abfällt. Weniger bekannt ist das Schwesterportal Checkcheck.ch, das die Comparis-Eigentümer auf derselben Datenbasis betreiben. Dort werden «Top-Angebote» aggressiver empfohlen, es wird mit bezahlter Werbung gearbeitet. «Manche Kunden schätzen das eine, manche Kunden das andere Modell», sagt Comparis-Mann Burkard.

Der Elefant im Netz

Dass Vergleichsdienste ein feiner Markt sind, ist auch Google nicht entgangen. Der kalifornische Internetgigant verästelt seine Funktionalitäten immer weiter. Mit Google Shopping existiert bereits ein ausgreifter Webdienst für den Preisvergleich. In die Tabellen für Kühlschrankmodelle, iPhones oder Kaffeemaschinen kommen externe Läden seit Juni nur noch gegen Bezahlung, prominente Plätze in den Suchergebnissen gibt es gegen Aufpreis. Auch für Flüge oder Hotels bietet Google mittlerweile weltweit den Vergleichsdienst an.

In Grossbritannien gibt es sogar das volle Programm. Kreditkarten, Hypotheken, Autoversicherungen: Bei Google gelangt der Konsument via Eingabeformular und wenigen Klicks zum übersichtlichen Vergleich. Ab 2014 will Google den Kasko-Gebührenvergleich auch in Deutschland anbieten. Und in der Schweiz? Im Fokus stünden immer die Bedürfnisse des Konsumenten, sagt die Zürcher Pressestelle, aktuell habe man nichts anzukünden.

Erstaunlich entspannt sprechen auch Comparis und Moneyland über Google. Der Schweizer Markt habe seine Eigenheiten, heisst es, die Krankenkassen- und Versicherungsmodelle seien nicht die gleichen wie im Ausland. Man verweist auf die ausgefeilten und kundenfreundlichen Algorithmen, die zur Ermittlung des geeignetsten Handyabos und der passendsten Onlinetrading-Lösung programmiert wurden. Etwas anders beurteilt Patrick Ducret, Geschäftsleiter von Bonus.ch, die Lage. «Google ist sehr mächtig», sagt er, «und eine Gefahr für die Schweizer Vergleichsportale».

(Tagesanzeiger.ch/Newsnet)