

## Pressemitteilung

frei zur Veröffentlichung

Regensburg, 21. April 2020

### **Vergleichsportale in der Finanzdienstleistung: ibi-Studie zeigt Spannungsfeld zwischen unverzichtbarem Bestandteil der Vertriebsstrategie und zukünftiger Wettbewerbsposition auf**

*Mit Partnernetzwerken und der Ausweitung des Geschäftsmodells bis hin zum Full-Service-Provider besetzen Vergleichsportale zunehmend direkt die Kundenschnittstelle. Auch Finanzdienstleister stehen somit vor der Frage, wie sie auf diese Entwicklungen des Marktes reagieren und welche Strategie die passende ist. ibi research hat in einer Expertenbefragung diese und weitere Fragen zum Umgang und zur Positionierung von Banken und Sparkassen gestellt und darüber hinaus die heutigen und möglichen zukünftigen Geschäftsmodelle der Vergleichsportale analysiert.*

Im Zuge der Digitalisierung haben sich Vergleichsportale als Intermediär zwischen Verbraucher und Produkthanbieter etabliert. Ihre Relevanz ist auch in der Finanzdienstleistungsbranche stetig gewachsen, derlei Portale haben sich neben den bestehenden unternehmensinternen und -externen Vertriebskanälen deutlich als digitaler Vertriebskanal aufgestellt. Aktuell spielen sie insbesondere als Kooperationspartner der Finanzdienstleister eine wichtige Rolle bei der Generierung von Kundenkontakten, da sie ihren Nutzern den Vergleich und den Abschluss verschiedener Finanzprodukte ermöglichen. Allerdings werden sie auch zunehmend selbst als Wettbewerber am Markt aktiv.

Als Grundlage der Studie „Vergleichsportale in der Finanzdienstleistung“ haben die Autoren von ibi research den Markt analysiert und dabei besonderes Augenmerk auf die Geschäftsmodelle der Portale gelegt. Ziel war es, letztere insbesondere in Bezug auf deren Implikationen für den Wettbewerb zu untersuchen. Als Problemfelder wurden z. B. die Fragen nach der Bedeutung der Vergleichsportale für die zukünftigen Kundenbeziehung untersucht und Tendenzen für die zukünftige Weiterentwicklung der Vergleichsportale betrachtet. Validiert wurden die Researchtätigkeiten durch eine Online-Umfrage bei Bankexperten, um ein breiteres Meinungsbild zu gewinnen und Handlungsoptionen abzuleiten.

Die Ergebnisse der Marktanalyse zeigen, dass der Markt für Vergleichsportale in der Finanzdienstleistungsbranche in den letzten Jahren ein starkes Wachstum aufweist und starke Verflechtungen zwischen den Portalen bestehen. Ein zentraler Aspekt im Geschäftsmodell der Portale sind daher ausgeprägte Partnernetzwerke. Dennoch herrscht ein starker Wettbewerb, der unter anderem auch durch zum Teil aggressive Marketingstrategien deutlich wird. Die Ergebnisse der Analyse geben zudem wieder, dass die Geschäftsmodelle der Portale sich stark hinsichtlich der Verwendung eines eigenen oder fremden Vergleichsrechners, der Branchenabdeckung sowie der Serviceangebote unterscheiden. Insgesamt gewinnt die Gestaltung des Serviceangebots und der Abschlussprozesse zunehmend an Bedeutung. Künftig scheint eine Weiterentwicklung der Geschäftsmodelle einiger Portale zu Full-Service-Dienstleistern wahrscheinlich, der Weg dorthin ist von den Branchenführern deutlich beschriftet.

Seitens der befragten Experten wird den Finanzdienstleistern insbesondere das weitere Eingehen von Kooperationsbeziehungen mit Vergleichsportalen zur Produktlistung empfohlen. Des Weiteren wird auch eine strategische Beteiligung als sinnvoll erachtet.

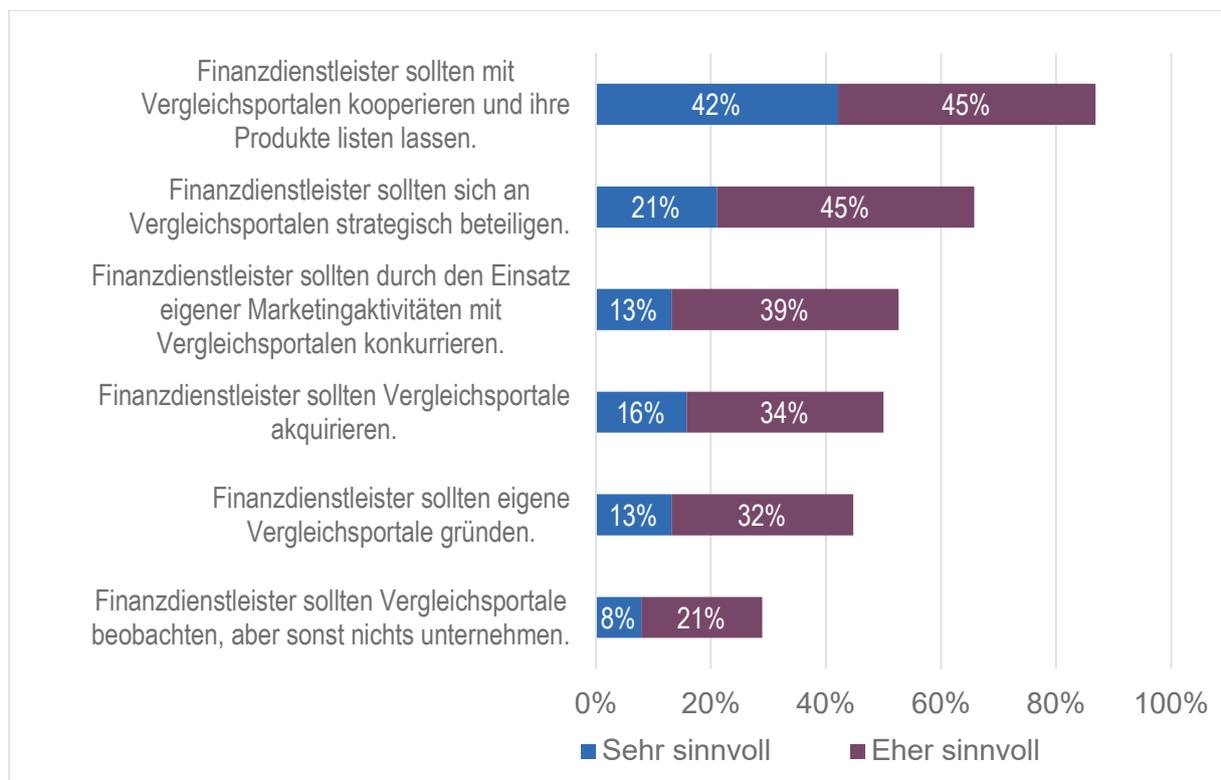


Abbildung: Handlungsoptionen zum Umgang mit Vergleichsportalen (Quelle: ibi research)

Die Umgangsstrategien orientieren sich zumeist an den positiven Auswirkungen der Portale, so z. B. in Bezug auf die Stärkung des eigenen Omnikanal-Auftritts oder der Marktbekanntheit. Negative Auswirkungen des Bedeutungsgewinns von Vergleichsportalen werden zwar durchaus erkannt, können jedoch nicht umfassend vermieden werden. Finanzdienstleister befinden sich hier in einem Spannungsfeld aus:

- Gefahr des Kundenkontaktverlusts
- Verringerung der Möglichkeiten zur Neukundengewinnung
- Konkurrenz von eigenen Produkten zu eigenen Produkten der Vergleichsportale und dem
- Anforderungen an Ausgestaltung und Bepreisung der eigenen Produkte auf dem Vergleichsportal.

All diese Facetten erfordern eine bewusste Umgangsstrategie seitens der Finanzdienstleister.

Weitere Informationen zur Studie „Vergleichsportale in der Finanzdienstleistung - Status quo, Geschäftsmodelle und zukünftige Implikationen für den Wettbewerb“ sind erhältlich unter:

[www.ibi.de/vergleichsportale](http://www.ibi.de/vergleichsportale)



research

an der Universität Regensburg

## **Über ibi research**

Seit 1993 bildet ibi research an der Universität Regensburg GmbH eine Brücke zwischen Universität und Praxis. Das Institut betreibt anwendungsorientierte Forschung und Beratung, arbeitet also mit den Methoden der Wissenschaft an den Themen der Praxis, mit klarem Schwerpunkt auf Innovationen und deren Umsetzung.

ibi research konzentriert sich dabei auf die Themenfelder Digitalisierung der Finanzdienstleistungen und des Handels, im E-Business genauso wie im Multikanal und im B2C-Geschäft genauso wie im B2B-Geschäft. Das Forschungsspektrum reicht von der Marktanalyse und Geschäftsmodell-Entwicklung über Prozessgestaltung und Data Analytics bis hin zu Fragen der Governance und Compliance. Zugleich bietet ibi research umfassende Beratungsleistungen zur Umsetzung der Forschungs- und Projektergebnisse.

Weitere Informationen: [www.ibi.de](http://www.ibi.de)

**ibi research freut sich über den honorarfreien Abdruck dieser Pressemitteilung.**

**Bei Interesse an weiteren Informationen, Artikeln etc. wenden Sie sich bitte an:**

ibi research an der Universität Regensburg  
Andrea Rosenlehner  
Galgenbergstraße 25  
93053 Regensburg

Telefon: 0941 943-1921  
Telefax: 0941 943-1888  
E-Mail: [presse@ibi.de](mailto:presse@ibi.de)