

PRESSEINFORMATION

Studie zum Thema "Nutzung von Preisvergleichsportalen"

billiger.de: Individuelle Shopping-Beratung trifft den Zeitgeist

Karlsruhe, 19. Februar 2014. [billiger.de](http://www.billiger.de) (<http://www.billiger.de>), Deutschlands bekanntester Online-Preisvergleich, hat in Kooperation mit der Hochschule Karlsruhe eine Studie über das Nutzerverhalten auf Preisvergleichsportalen durchgeführt. Die Auswertung der Studie zeigt, dass für Online-Shopper neben dem reinen Preisvergleich vor allem ausführliche und fundierte Zusatzinformationen und Beratungsqualität ausschlaggebende Kriterien für die Nutzung eines Preisvergleichsportals sind.

Ziel und Durchführung der Studie

Daniel Barth, Absolvent der Wirtschaftsinformatik an der Hochschule Karlsruhe, hat im Rahmen seiner Abschlussthesis eine Studie zum Thema „Nutzung von Preisvergleichsportalen“ durchgeführt. Ziel der Umfrage war es, herauszufinden, inwiefern Kunden bei einem Online-Preisvergleich wie billiger.de Mehrwerte in Form von Testberichten, Preisentwicklung, Versicherungen oder Garantien erwarten. Zudem zeigt die Studie, welche Features der User für die Produktsuche tatsächlich nutzt und welche Services er sich darüber hinaus wünscht. Dazu wurden über einen Zeitraum von 17 Tagen mehr als 3.000 Nutzer via Newsletter, Facebook und die billiger.de-Website zu ihrem Surfverhalten auf Preisvergleichsportalen allgemein und auf billiger.de im Besonderen befragt.

Preisvergleichsportal ist wichtige Informationsquelle beim Online-Shopping

Fast die Hälfte der Befragten gab an, sich vor einem Online-Kauf immer auf einem Preisvergleichsportale zu informieren, mehr als 30 Prozent machen die Nutzung von dem gesuchten Produkt abhängig. So besuchen über 35 Prozent der User einmal pro Woche ein Preisvergleichsportale, knapp 45 Prozent einmal im Monat. Für nahezu die Hälfte aller User (45%) ist ein wichtiges Kriterium bei der eigentlichen Kaufentscheidung die Vertrauenswürdigkeit der Shops. Somit bleiben Kunden bekannten Shops zumeist treu, schließen andere Anbieter jedoch nicht aus, wenn sie vertrauenswürdig erscheinen.

Mehr als die reine Schnäppchenjagd

Für billiger.de-Nutzer steht neben dem Preisvergleich vor allem die Informationsbeschaffung an erster Stelle. So legen Online-Shopper großen Wert auf ausführliche Produktvorstellungen und schätzen insbesondere Testberichte und Kundenmeinungen, um sich gezielt über die Hersteller-Produktangaben hinaus über bestimmte Produkte und Details zu informieren. Bereits rund jeder zweite billiger.de-Nutzer informiert sich auf dem Portal gezielt über Testberichte. Auch Features wie schnelle und intuitive Filtermöglichkeiten oder Preisanalyse-Grafiken werden gut angenommen – beispielsweise nutzen knapp 40% aller billiger.de-User den grafischen Preis-/Beliebtheitsverlauf, mittels dessen Preis und Beliebtheit von

Produkten desselben Segments auf einen Blick verglichen werden können. Auch die weiteren Beratungsfunktionen sind auf die individuellen Bedürfnisse der Nutzer angepasst: Features wie der interaktive „Kaufberater“, das TÜV-zertifizierte Browser-Add-on „Sparberater“ mit integrierter Gutscheinfunktion oder die mehrfach prämierte Navigation sowie die Ende 2012 entwickelte „Bildnavigation“ unterstützen den Nutzer bei der Suche nach dem Wunschprodukt.

Top-Benefit: 360°-Produktinformation auf einen Klick

Die Studie zeigt damit klar auf, dass Nutzer billiger.de zunehmend auch als Beratungsportal annehmen, um sich in ihrer Kaufentscheidung unterstützen zu lassen. Diesem Wunsch der Online-Shopper begegnet billiger.de mit dem steten Ausbau seiner Beratungs- und Informationsfeatures. Dabei steht bei der Entwicklung der ganzheitliche Ansatz einer am Nutzerbedürfnis orientierten Kaufberatung und ihrer Anforderungen im Vordergrund: denn erst die methodische Verknüpfung der Einzelfunktionen ermöglicht dem billiger.de-Nutzer mittels weniger Klicks einen 360°-Produktüberblick, der die Risiken auf dem Weg zum Wunschprodukt für Käufer wie für Anbieter minimiert.

Auch die beständige Weiterentwicklung der mobilen Services von billiger.de trifft den Trend. So nutzt mittlerweile jeder Vierte das Preisvergleichsportal über Smartphones oder Tablet-PCs – auch zur direkten Beratung vor Ort im Laden. Daher liegt ein weiterer Fokus des Preisvergleichsportals auf der Weiterentwicklung der App „billiger.de – Preisvergleich“, um Usern auch unterwegs die gewünschten Produktinformationen schnellst- und bestmöglich anbieten zu können.

Ausblick

Um Schnäppchenjägern weitere Vorteile bieten zu können, relaunche billiger.de Anfang 2014 seine **Mitglieder-Community [billiger.de PLUS](#)**. Neben der aktuell laufenden amazon-Cashback-Aktion erwarten registrierte Nutzer viele attraktive Sparmöglichkeiten.

Geschäftsführer Lorenz Petersen: „Durch die detaillierten Studienergebnisse können wir künftig noch besser auf die Wünsche unserer Nutzer eingehen. Die Umfrage hat uns aber vor allem gezeigt, dass wir mit unserem Modell eines kombinierten Preisvergleichs- und Beratungsportals genau den Zeitgeist treffen. Daher werden wir weiterhin konsequent daran arbeiten, dem User ein individuelles Shopperlebnis zu bieten.“

Über billiger.de

billiger.de ist Deutschlands bekanntester und mit mehr als 50 Mio. Preisen zu mehr als 2 Mio. Produkten einer der inhaltsstärksten Preisvergleiche Deutschlands. Dabei ist billiger.de zudem der einzige deutsche Preisvergleich, der seit 2006 regelmäßig mit einem TÜV-Zertifikat, u.a. für seine nutzerfreundliche Website, ausgezeichnet ist.

Die täglich mehrfach aktualisierten Angebote der über 22.500 Shops ergänzt billiger.de mit einem umfassenden Portfolio an weiterführenden Produktinformationen wie Produktvideos, Testberichte und Nutzerbewertungen. Daneben bietet billiger.de seit 2011 mit dem „Sparberater“ das erste TÜV-zertifizierte Browser-Add-on Deutschlands, das Internet-Nutzer auf der Suche nach den günstigsten Angeboten sowie aktuellen Rabatt- und Gutscheinkaktionen zum gewünschten Produkt automatisiert unterstützt.

Seit 2009 ist Lorenz Petersen Geschäftsführer der 2004 gegründeten solute GmbH, die an ihren Standorten in Karlsruhe und Plovdiv, Bulgarien, mehr als 180 Mitarbeiter beschäftigt.

Pressekontakt:

saalto Agentur und Redaktion GmbH

Sandra Prömel

Spitalstraße 23a

76227 Karlsruhe

Telefon: 0721/160 88-70

E-Mail: sandra@saalto.de

www.saalto.de

Unternehmenskontakt:

solute GmbH

Ramona Schurr

Zeppelinstraße 15

76185 Karlsruhe

Telefon: 0721/86956-24

E-Mail: rsc@solute.de

www.billiger.de