

## Studie: Preisvergleichsites im Aufwind

12,8 Millionen Deutsche auf virtuellem Schaufensterbummel

Das Marktforschungsinstitut Nielsen/NetRatings hat die Online-Einkaufsgewohnheiten untersucht. Fast 70 Prozent der aktiven Internetbevölkerung (23,6 Millionen Deutsche) haben im Oktober 2005 E-Commerce-Websites besucht, teilten die Marktforscher mit. Preisvergleichswebsites benutzen dabei immer mehr Einkaufswillige: Zwischen Februar und Oktober 2005 stieg die Reichweite um 27 Prozent an. Quelle: [www.golem.de](http://www.golem.de)

Es ist keinesfalls so, dass die in den Preisvergleichen gefundenen Shops dann auch wirklich angeklickt werden. Von denjenigen, die nicht auf die Partnerwebsites gehen, beenden danach mehr als ein Viertel (27,7 Prozent) das Surfen, 44 Prozent nutzen Google zur weiteren Informationssuche und 21,7 Prozent eBay, um dort zu suchen.

Typische Besucher von Preisvergleichswebsites sind mittleren Alters, berufstätig und verfügen über gute Kaufkraft. Sie sind überwiegend männlich (64,8 Prozent), haben einen Realschulabschluss (35,2 Prozent) und ein Brutto-Haushaltseinkommen von mehr als 36.000 Euro (43,7 Prozent).

Stefan Raum von Nielsen/NetRatings kommentierte:

"Preisvergleichswebsites beeinflussen das Kaufverhalten weit mehr als nur den günstigsten Preis anzugeben. Konsumenten tauschen sich online über Produkte und über Anbieter aus, was das Einkaufserlebnis verbessert. Wer gute Erfahrungen macht, wird wieder online kaufen und außerdem anderen vom positiven Erlebnis berichten. Eine Entwicklung, die dem E-Commerce insgesamt zugute kommt. Allerdings hat dies auch erhebliche Auswirkungen auf den traditionellen Handel. Wenn Käufer heute einen Laden betreten, wissen sie oft genau, was sie wollen und vor allem, zu welchem Preis. Der Einzelhandel muss also seine Verkäufer auf besser informierte Kunden vorbereiten, damit sie ihren Preis mit Mehrwert wie Service, Garantie oder Lieferbedingungen rechtfertigen können."

Quelle: <http://www.golem.de/0512/41945.html>

mit freundlicher Erlaubnis von Christian Klaß Chefredakteur Golem.de