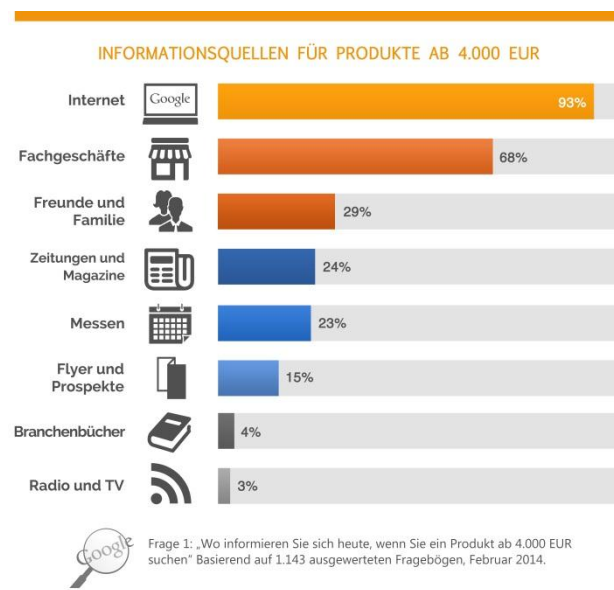


Erst zu Google, dann ins Fachgeschäft

## Neue Studie zeigt: Auch Kunden für beratungsintensive Produkte treffen ihre Kaufentscheidung im Internet

Berlin, 03.06.2014 – Nicht nur Bücher, Schuhe und Unterhaltungselektronik werden heute online gesucht: Auch beim Kauf von Küchen, Solaranlagen oder Fertighäusern treffen immer mehr Kunden ihre Kaufentscheidung bereits vorab im Internet. Dabei spielen vor allem unabhängige Vergleichsportale eine entscheidende Rolle - denn Sie verbinden die schnelle Suche im Internet mit der klassischen Beratung im Fachgeschäft. Das ist das Ergebnis einer aktuellen Studie vom Online-Vermittler [Käuferportal](http://Kaeuferportal.de) in Zusammenarbeit mit Prof. Dr. Sven Prüser von der Hochschule für Technik und Wirtschaft in Berlin. Die Analyse aus mehr als 1.140 Fragebögen liefert zum ersten Mal Erkenntnisse zum modernen Kaufprozess für beratungsintensive Produkte in den Bereichen Bauen, Wohnen und Energie. Die komplette Studie finden Sie hier kostenlos zum Download.

## Egal ob Häuser, Küchen oder Fenster – Kunden beginnen heute ihre Suche nach Produkten ab 4.000€ im Internet



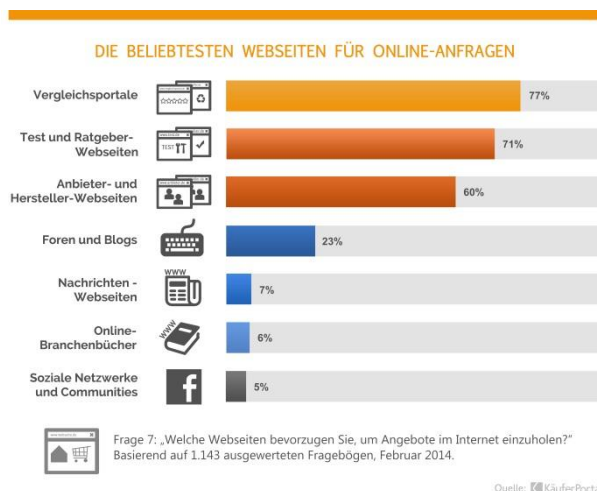
Die Studie zeigt, dass Kunden ihre Produktsuche im Internet beginnen und vor dem Kauf eines hochwertigen Produktes durchschnittlich länger als eine Stunde online recherchieren. Prof. Dr. Sven Prüser von der HTW Berlin erklärt zu den gewonnenen Ergebnissen: „Unsere Untersuchungen belegen, dass das Internet eine große Rolle in der Frühphase des Kaufprozesses spielt.“ Klassische Informationsquellen, wie Prospekte, Zeitungen und Magazine, Familienmitglieder und Freunde als Berater und auch Messen haben heute eher eine unterstützende Funktion im Kaufprozess.

„Diese Entwicklung ist bemerkenswert. Denn viele Kunden googeln heute nach Informationen zum Produkt, bevor sie zur persönlichen Beratung in ein Fachgeschäft gehen“, ergänzt Dr. Andreas Müller, Head of Online Marketing bei Käuferportal. Zwar werden Küchen, Häuser oder Solaranlagen werden auch heute noch im Fachgeschäft gekauft: „Das Internet wird für die Kaufentscheidung aber immer wichtiger: 76 Prozent der Kunden planen in Zukunft noch häufiger online nach hochwertigen Produkten zu suchen“, sagt Dr. Müller.

Damit wird deutlich, dass die Grundlage des Kaufes zukünftig nicht mehr im Handel getroffen wird, sondern vorab im Internet. Prof. Dr. Prüser erklärt dazu: „Diese für den Handel teure

und oft ergebnislose, kostenlose Information des Kunden wird heute zu einem großen Teil bereits von Internetquellen und insbesondere von neutralen Vergleichsportalen wahrgenommen.“

## Nicht nur für Reisen und Elektronik-Artikel: Vergleichsportale werden auch für hochwertige Güter immer wichtiger



Die Umfrageergebnisse zeigen, dass Kunden vor dem Kauf eines kostenintensiven Produktes zwischen drei bis fünf Angeboten vergleichen möchten. Die große Mehrheit der Teilnehmer stellte mindestens ein Mal im Jahr eine Anfrage im Internet, um Angebote von passenden Anbietern zu erhalten. „Hier hat sich gezeigt, dass Kunden am liebsten unabhängige Vergleichsportale nutzen, um Online-Anfragen für Produkte zu stellen“, erklärt Prof. Dr. Prüser. Anbieter- und Herstellerwebseiten landen in

der Kundenbeliebtheit nur auf Platz drei – denn die Befragten bewerten Vergleichsportale gegenüber Hersteller- und Anbieterwebseiten in allen Kategorien als gleichwertig oder besser.

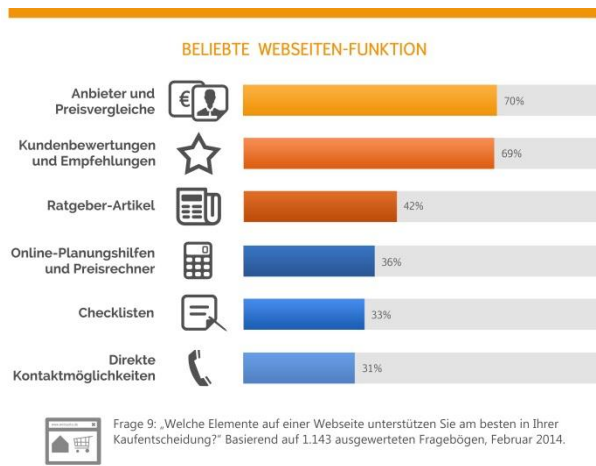
Dies hat auch Vorteile für Händler: Sie treffen heute auf Kaufinteressenten, die durch das Internet und Vergleichsportale bereits vorinformiert sind. „Die Studie belegt, dass das Internet und der Handel durch neutrale Portale synergetisch verknüpft werden. Die wichtigsten Gründe für die Nutzung von Vergleichsportalen bestehen aus Kundensicht in deren Unabhängigkeit, dem Nutzen, der Vertrauenswürdigkeit sowie dem Informationsangebot“ ergänzt Prof. Dr. Prüser.

## Bewertungen und Co.: Kunden vertrauen immer mehr digitalen Helfern, um eine gute Kaufentscheidung zu treffen

Ein weiteres zentrales Ergebnis der Studie: „Durch das Internet sind Kunden wesentlich besser informiert und haben höhere Erwartungen an Anbieter und Produkte als früher“, so Dr. Müller. Sie nutzen heute vor allem Preisvergleiche, Kundenbewertungen oder Planungshilfen, um passende Anbieter im Internet zu finden. Für die Kaufentscheidung ist es ihnen besonders wichtig, dass Anbieter schnell Kontakt aufnehmen, eine persönliche und kompetente Beratung leisten und Angebote zeitnah abgeben. Laut Dr. Müller sind „diese Faktoren auch im digitalen Zeitalter weiterhin von großer Bedeutung“.

Das wohl wichtigste Ergebnis der Studie: 86 Prozent der Kunden bevorzugen heute Anbieter, die ihnen von einem unabhängigen Vergleichsportal empfohlen wurden. „Diese Erkennt-

nis ist neu und dürfte weitreichende Auswirkungen auf den digitalen Kaufprozess und die Online-Werbebudgets von Unternehmen in diesem Marktsegment haben.“, sagt Prof. Dr. Prüser von der HTW Berlin.



Um auch in Zukunft neue Kundenschichten zu erreichen, sollten Fachhändler seiner Meinung nach verstärkt in den Online-Bereich und speziell in Vergleichsportale investieren: „Unternehmen, die auf diesen Portalen vertreten sind, profitieren von der Empfehlung. Sie können über Online-Vergleichsportale im besten Fall mehr Neukunden gewinnen als über ihre eigene Webseite oder andere Online-Werbemaßnahmen“. Wie genau Unternehmen – insbesondere der Mittelstand -

den Sprung ins digitale Zeitalter schaffen und die neuen Herausforderungen lösen, soll Inhalt einer zweiten Studie im Sommer 2014 sein.

**Den Kundenatlas 2014 finden Sie hier kostenlos zum Download.**

## DIE WICHTIGSTEN ERGEBNISSE DER STUDIE

**93%**

Fast jeder Kunde informiert sich heute **zuerst im Internet**, wenn er eine größere Investition plant. Klassische Offline-Medien haben für die Befragten an Bedeutung verloren.

**95%**

**1 STUNDE**

Potenzielle Kunden **recherchieren länger als eine Stunde** nach Informationen im Internet. Und sie planen in Zukunft, noch häufiger nach Produkten im Internet zu suchen.

**1x Jahr**

Fast jeder Teilnehmer fragt **mindestens 1 Mal im Jahr** Angebote für ein Produkt ab 4.000 EUR im Internet an.

Kaufinteressenten **bevorzugen Vergleichsportale**, um Angebote im Internet einzuholen. Sie bewerten Vergleichsportale gegenüber Unternehmenswebseiten als „gleichwertig“ oder „besser“.

Entscheidend für den Kauf sind neben dem Preis-/Leistungsverhältnis eine **persönliche Beratung**, eine **schnelle Kontaktaufnahme** und **gute Kundenbewertungen**.

**86%**

Kaufinteressenten für hochwertige Produkte bevorzugen Anbieter, die ihnen von einem unabhängigen **Vergleichsportalempfehlen** wurden.

Die Befragten vergleichen **am liebsten zwischen drei und fünf Angeboten**, bevor sie eine größere Investition tätigen.

Die wichtigsten Gründe für die Nutzung von Vergleichsportalen sind deren **Unabhängigkeit**, der **Nutzen** und das **Informationsangebot**.

## Käuferportal

Käuferportal ist heute das größte Beratungs- und Vermittlungsportal für hochwertige Produkte in Deutschland. Der Online-Service hilft seit 2008 Verbrauchern vor einer großen Investition, wie z.B. dem Kauf einer Küche oder dem Bau eines Hauses, passende und geprüfte Anbieter aus der Region zu finden. Der Marktführer mit Sitz in Berlin beschäftigt heute mehr als 230 Mitarbeiter. Über die Webseite [www.kaeufportal.de](http://www.kaeufportal.de) sind bereits über 1,3 Millionen Produktanfragen eingegangen. Das Anbieter-Netzwerk umfasst aktuell 9.300 Unternehmen in ganz Deutschland.

### Prof. Dr. Sven Prüser



Dr. Sven Prüser ist Professor für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre an der Hochschule für Technik und Wirtschaft in Berlin. Zuvor leitete er die internationalen Aktivitäten der Deutschen Messe sowie die CeBIT, die weltweit führende Messe für Informations- und Kommunikationstechnik.

### Dr. Andreas Müller



Dr. Andreas Müller ist Head of Online-Marketing bei Käuferportal. Zuvor leitete er das Online-Marketing bei einem großen Online-Shop für Möbel. Er studierte Betriebswirtschaftslehre an der WHU in Vallendar und promovierte an der RWTH Aachen.

## Methodik

Die Untersuchung wurde von November 2013 bis Januar 2014 durchgeführt. Befragt wurden mehr als 430.000 Internetnutzer ab 18 Jahren, die bereits schon einmal Produkt ab 4.000 EUR, insbesondere eine Küche, Solaranlage, Fenster, Fertighaus, Wintergarten oder einen Treppenlift im Internet angefragt haben. Die vorgestellten Ergebnisse basieren auf 1.140 ausgefüllten Online-Fragebögen.

## Nutzungsrechte

Die Studie steht unter einer Creative-Commons-Lizenz. Alle Texte und Grafiken können mit Angabe der Quellen weiterverwendet werden. Die korrekte Quellenangabe lautet „Käuferportal Kunden-Studie 2014“.

## Pressekontakt



**Robin Behlau**  
Gründer und Geschäftsführer

Tel.: 030 8145 263 190  
E-Mail: [robin.behlau@kaeufportal.de](mailto:robin.behlau@kaeufportal.de)



**Sebastian Manthey**  
Leitung Public Relations

Tel.: 030 8145 263 170  
Mobil: 0176 3153 1685  
E-Mail: [sebastian.manthey@kaeufportal.de](mailto:sebastian.manthey@kaeufportal.de)