



**MARKTWÄCHTER**  
DIGITALE WELT

verbraucherzentrale

# ERFAHRUNGEN VON VERBRAUCHERN MIT VERMITTLUNGSPLATTFORMEN

Repräsentative Online-Befragung des Marktwächters Digitale Welt, Schwerpunkt  
Digitale Dienstleistungen

November 2019

# INHALTSVERZEICHNIS

1. Zusammenfassung .....	3
2. Studiendesign.....	6
3. Zentrale Ergebnisse über Vermittlungsplattformen.....	7
3.1. Allgemeine Nutzung.....	8
3.2. Wissen.....	12
3.3. Meinungen.....	16
3.4. Vertrauen.....	17
3.5. Bedürfnisse und Erwartungen.....	18
4. Fazit.....	21

# 1. ZUSAMMENFASSUNG

Für die vorliegende Studie wurden 1.004 Internetnutzerinnen und -nutzer\* ab 18 Jahren zur Nutzung und zu Erfahrungen mit Vermittlungsplattformen befragt. Mit Vermittlungsplattformen sind hier Webseiten gemeint, die Verbrauchern einen Überblick über verschiedene Angebote, einen Vergleich und die Bestellung von Dienstleistungen, wie Reisen, Flügen, Hotels, Finanzdienstleistungen, Strom- und Gasverträgen, Telekommunikationsangeboten oder Eintrittskarten für Veranstaltungen ermöglichen, indem sie eine Vielzahl von Unternehmen und Privatpersonen mit ihren Angeboten auflisten.

## Grundlagen zur Nutzung von Vermittlungsplattformen

- 54 Prozent aller befragten Internetnutzer haben in den letzten zwei Jahren auf einer Vermittlungsplattform etwas bestellt oder gebucht. Jeder Nutzer hat dabei durchschnittlich 5,3 Buchungen bzw. Bestellungen vorgenommen.
- Fast jeder Dritte (32 %) hat bisher noch nie etwas auf einer Vermittlungsplattform gebucht oder bestellt – unter den Nicht-Nutzern gibt dafür als einen Grund unter anderen fast jeder Zehnte (9 %) Unsicherheit bzw. mangelndes Vertrauen in die Vermittlungsplattformen an.
- Am häufigsten werden von den Befragten Vermittlungsplattformen für Hotelbuchungen genutzt. Des Weiteren sind Buchungen von Energie-/ Stromverträgen, Versicherungen und Pauschalreisen über Vermittlungsplattformen beliebt.
- Die mit Abstand von den Befragten am häufigsten genutzte Vermittlungsplattform ist Check24: 38 Prozent geben an, ihre zuletzt getätigten Buchungen oder Bestellungen von Dienstleistungen auf dieser Plattform abgeschlossen zu haben.

\* Die im weiteren Text gewählte männliche Form bezieht sich immer zugleich auf Personen aller Geschlechter. Wir bitten um Verständnis für den weitgehenden Verzicht auf Mehrfachbezeichnungen zugunsten einer besseren Lesbarkeit des Textes.

# 1. ZUSAMMENFASSUNG

## Wissen über Vermittlungsplattformen

- Zur Angebotsvielfalt: Nur etwas mehr als die Hälfte der Nutzer (56 %) stimmt der Aussage (eher) zu, dass Vermittlungsplattformen nur eine begrenzte Auswahl an Angeboten führen. 48 Prozent glauben dagegen, Vermittlungsplattformen würden einen kompletten Marktüberblick anbieten.
- Zum Ranking: 21 Prozent stimmen (eher) nicht zu, dass Provisionen bei der Auflistung der Angebote eine Rolle spielen. Außerdem stimmen 16 Prozent der Aussage (eher) nicht zu, dass Anbieter zahlen, um höher gelistet zu werden. Beide Aspekte spielen eine wichtige Rolle bei der Finanzierung von Vermittlungsplattformen.
- Zu den Verbraucherrechten: Weniger als jeder dritte Nutzer (31 %) ist sich im Klaren darüber, dass verschiedene Verbraucherrechte nicht mehr gelten, wenn ein Angebot auf einer Vermittlungsplattform von einer Privatperson stammt.
- Anhand von drei konstruierten Beispielsituationen wurden die Teilnehmer gefragt, an wen sie sich bei bestimmten Schwierigkeiten wenden würden. Jeweils eine Mehrheit der Nutzer (zwischen 59 und 82 %) würde sich zuerst an die Vermittlungsplattform wenden. Je nach Beispiel würden sich zwischen 16 und 33 Prozent dagegen an einen der Anbieter oder Zwischenvermittler wenden. Zwei bis neun Prozent können die Frage nicht beantworten.

## Meinungen über Vermittlungsplattformen

- Knapp die Hälfte der Nutzer (46 %) stimmen (eher) nicht zu, dass die Plattformen über ihre Arbeitsweise ausreichend informieren.
- Und jeder Vierte stimmt (eher) nicht zu, dass die Vertragspartner klar ersichtlich (24 %) und Vertragsabschlüsse gesetzlich bestens geregelt (24 %) sind.

# 1. ZUSAMMENFASSUNG

## Vertrauen zu Vermittlungsplattformen

- 29 Prozent der Internetnutzer stehen den aufgelisteten Angeboten skeptisch gegenüber: Sie stimmen (eher) nicht zu, dass man den aufgelisteten Angeboten vertrauen kann.
- Noch stärker ist das Misstrauen gegenüber den Empfehlungen der Plattformen: 34 Prozent stimmen (eher) nicht zu, dass man diesen vertrauen kann.
- Und 42 Prozent finden (eher) nicht, dass man den Bewertungen der Plattformen vertrauen kann.

## Bedürfnisse und Erwartungen der Nutzer

- Die gestützte Abfrage verschiedener Aspekte ergibt, dass den befragten Internetnutzern besonders die folgenden Aspekte bei der Wahl eines Angebotes auf Vermittlungsplattformen (eher) wichtig sind: die Anzeige des vollständigen Preises zu Beginn (94 %), Preistransparenz (94 %), ein unkomplizierter Buchungsprozess (94 %), die Möglichkeit zum Widerruf (93 %), eine Übereinstimmung der Suchergebnisse mit der Anfrage (93 %) und eine schnelle Auffindbarkeit der passenden Angebote (93 %).
- Transparenz: Den Befragten ist am wichtigsten, transparente Informationen darüber zu erhalten, wie die Tarife und Preise zustande kommen (83 % „sehr wichtig“ bzw. „eher wichtig“). Außerdem möchten sie über die Marktabdeckung informiert werden, also Umfang und Vollständigkeit der gelisteten Anbieter kennen (81 %).
- Des Weiteren finden 84 Prozent (eher) wichtig, dass Vermittlungsplattformen darüber informieren sollten, wie die Suchergebnisse geordnet werden.

## 2. STUDIENDESIGN

### Methodensteckbrief: repräsentative Umfrage

- **Grundgesamtheit:** in Privathaushalten in Deutschland lebende deutschsprachige Internetnutzer ab 18 Jahre
- **Stichprobengröße:** 1.004 Befragte
- **Erhebungsmethode:** Online-Befragung (CAWI = Computer Assisted Web Interviewing)
- **Gewichtung:** nach Alter, Geschlecht und Bildung
- **Untersuchungszeitraum:** 8. Mai bis 16. Mai 2019 / 18. bis 24. Juni 2019
- **Statistische Fehlertoleranz:** max. +/- 3 Prozentpunkte in der Gesamtstichprobe
- **Durchführendes Institut:** hopp Marktforschung 
- **Anmerkung:** Die Summe der einzelnen Prozentwerte kann rundungsbedingt von 100 Prozent abweichen.



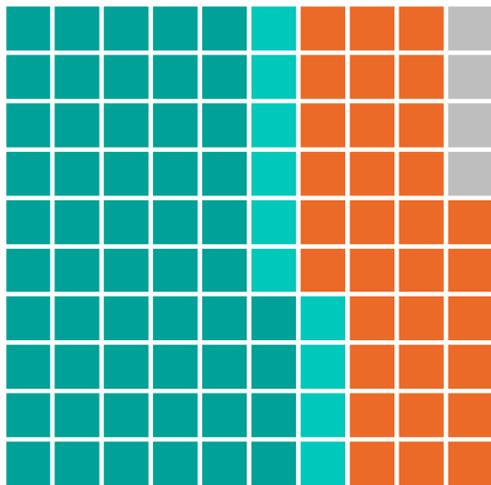
# 3. ZENTRALE ERGEBNISSE

# 3.1 ALLGEMEINE NUTZUNG



54 Prozent aller befragten Internetnutzer haben in den letzten zwei Jahren auf einer Vermittlungsplattform etwas bestellt oder gebucht. Jeder Nutzer hat dabei durchschnittlich 5,3 Buchungen bzw. Bestellungen vorgenommen.

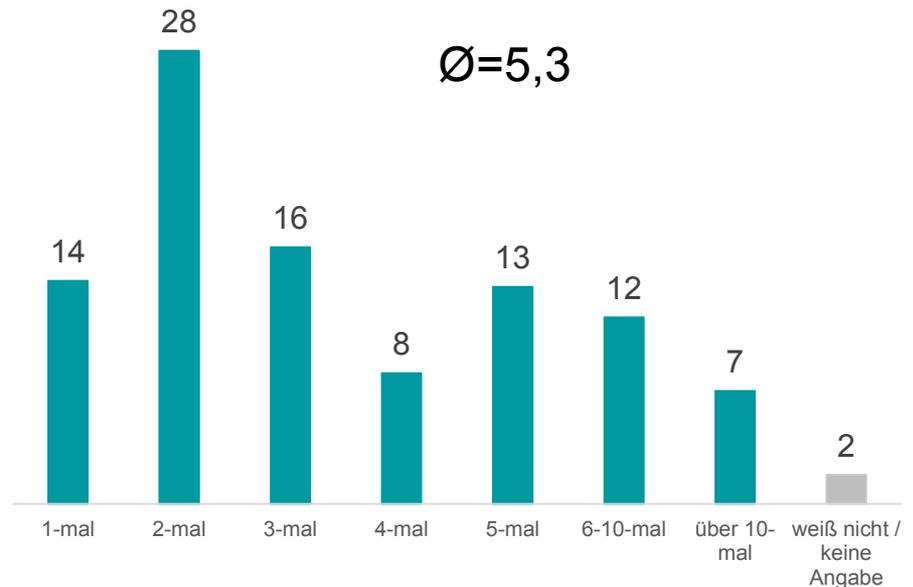
Es haben schon einmal Vermittlungsplattformen genutzt ...



- ... in den letzten zwei Jahren: 54
- ... vor mehr als zwei Jahren: 10
- ... bisher noch nicht: 32
- weiß nicht / keine Angabe: 4



Wie oft genutzt?



- Angaben in Prozent -

Basis: Alle befragten Internetnutzer (n = 1.004) bzw. Nutzer in den letzten 2 Jahren (n=545)

Fragen: Haben Sie schon einmal auf einer Vermittlungsplattform im Internet Dienstleistungen gebucht oder bestellt und wenn ja, wann zuletzt?

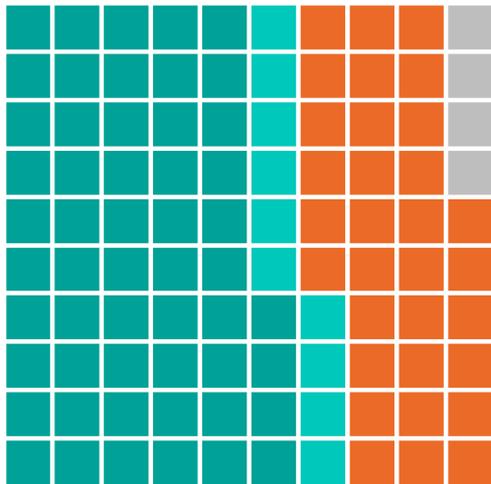
Wie oft haben Sie in den letzten 2 Jahren auf einer Vermittlungsplattform im Internet eine Dienstleistung gebucht oder bestellt?

# 3.1 ALLGEMEINE NUTZUNG



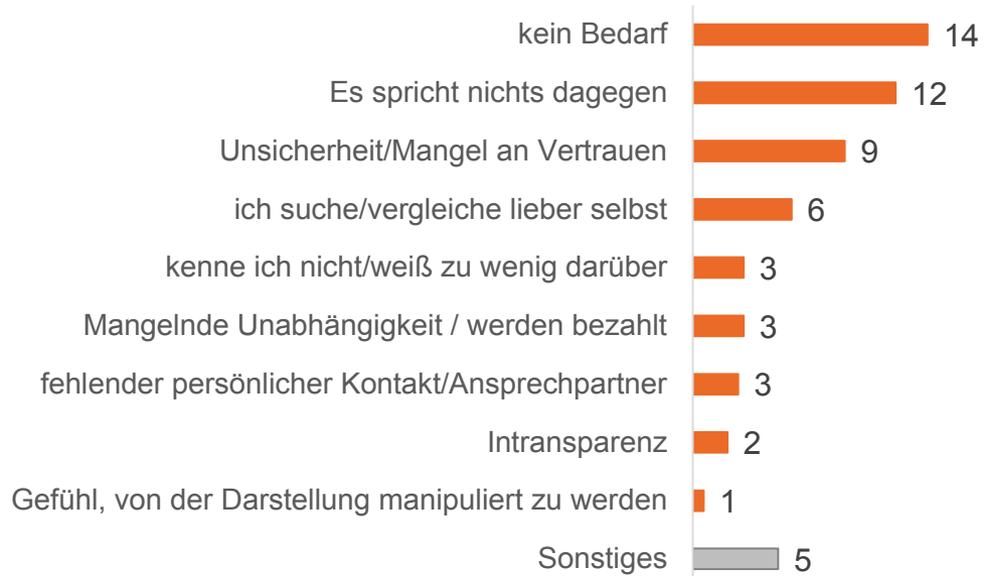
Fast jeder Dritte (32 %) hat bisher noch nie etwas auf einer Vermittlungsplattform gebucht oder bestellt – unter den Nicht-Nutzern gibt dafür als Grund fast jeder Zehnte (9 %) Unsicherheit bzw. mangelndes Vertrauen an.

Es haben schon einmal Vermittlungsplattformen genutzt ...



- ... in den letzten zwei Jahren: 54
- ... vor mehr als zwei Jahren: 10
- ... bisher noch nicht: 32
- weiß nicht / keine Angabe: 4

Gründe der Nicht-Nutzung



Rest (43%): Kein Grund genannt

- Angaben in Prozent -

Basis: Alle befragten Internetnutzer (n = 1.004) bzw. Nicht-Nutzer von Vermittlungsplattformen (n=318)

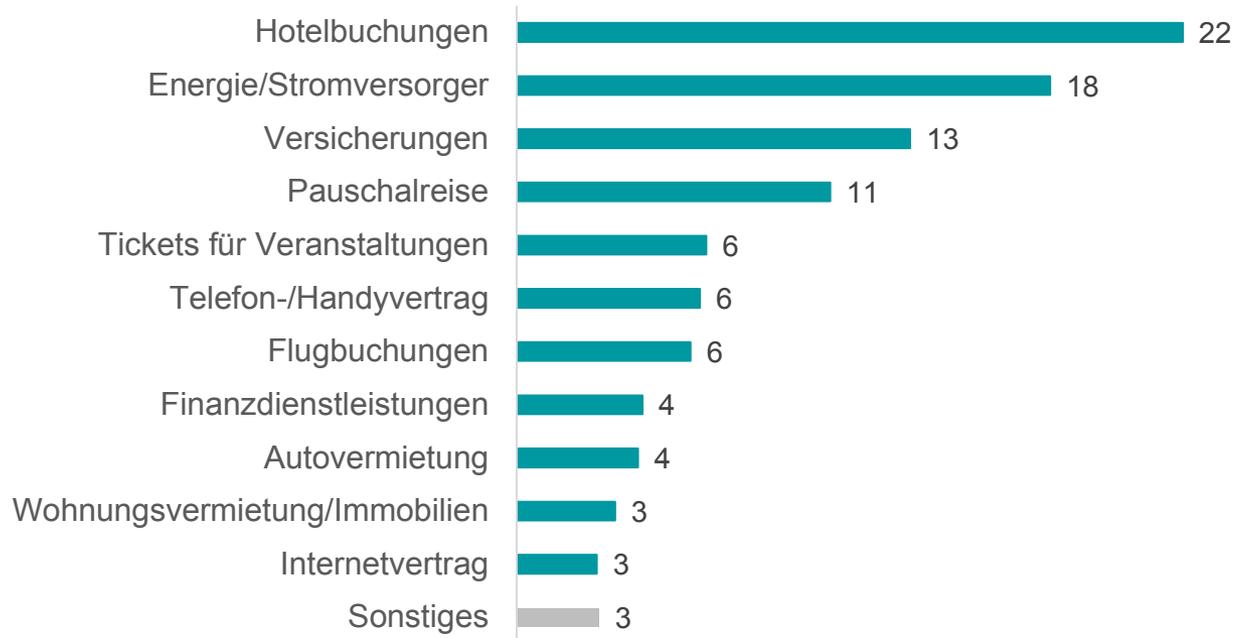
Fragen: Haben Sie schon einmal auf einer Vermittlungsplattform im Internet Dienstleistungen gebucht oder bestellt und wenn ja, wann zuletzt?

Was spricht aus Ihrer Sicht gegen die Nutzung von Vermittlungsplattformen? (Mehrfachnennungen möglich)

# 3.1 ALLGEMEINE NUTZUNG



Am häufigsten wurden Vermittlungsplattformen für Hotelbuchungen genutzt. Des Weiteren sind Buchungen von Energie-/ Stromverträgen, Versicherungen und Pauschalreisen über Vermittlungsplattformen beliebt.



- Angaben in Prozent -

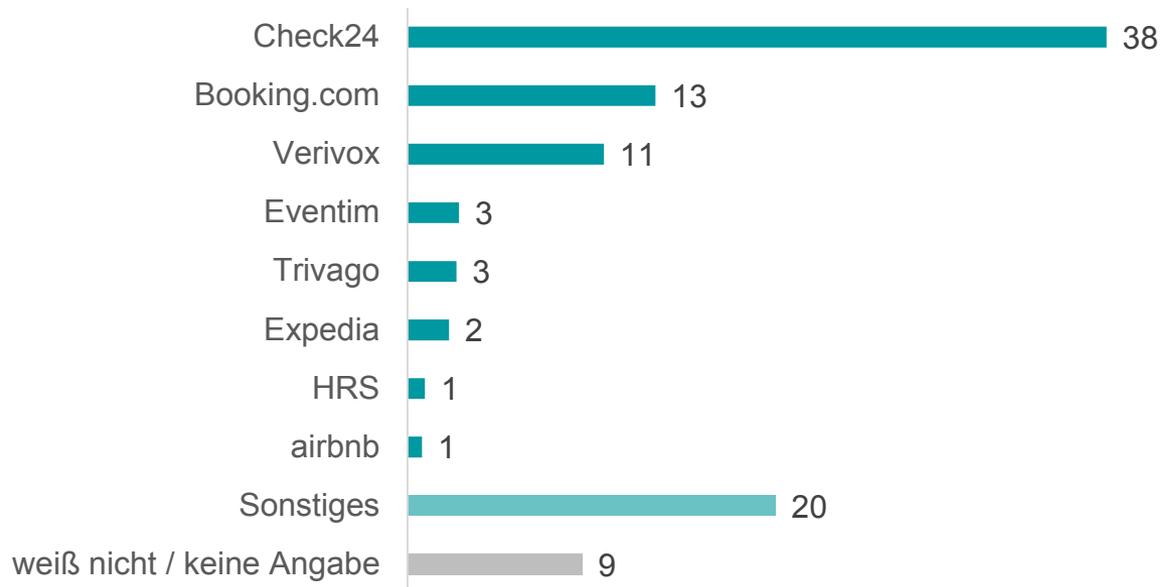
Basis: Nutzer von Vermittlungsplattformen (n=643)

Frage: Denken Sie bitte an die letzte Buchung, die Sie auf einer Vermittlungsplattform getätigt haben. Was für eine Art von Dienstleistung war das?

## 3.1 ALLGEMEINE NUTZUNG



Die mit Abstand am häufigsten genutzte Vermittlungsplattform ist Check24: 38 Prozent aller Befragten geben an, ihre zuletzt getätigten Buchungen oder Bestellungen von Dienstleistungen auf dieser Plattform abgeschlossen zu haben.



- Angaben in Prozent -

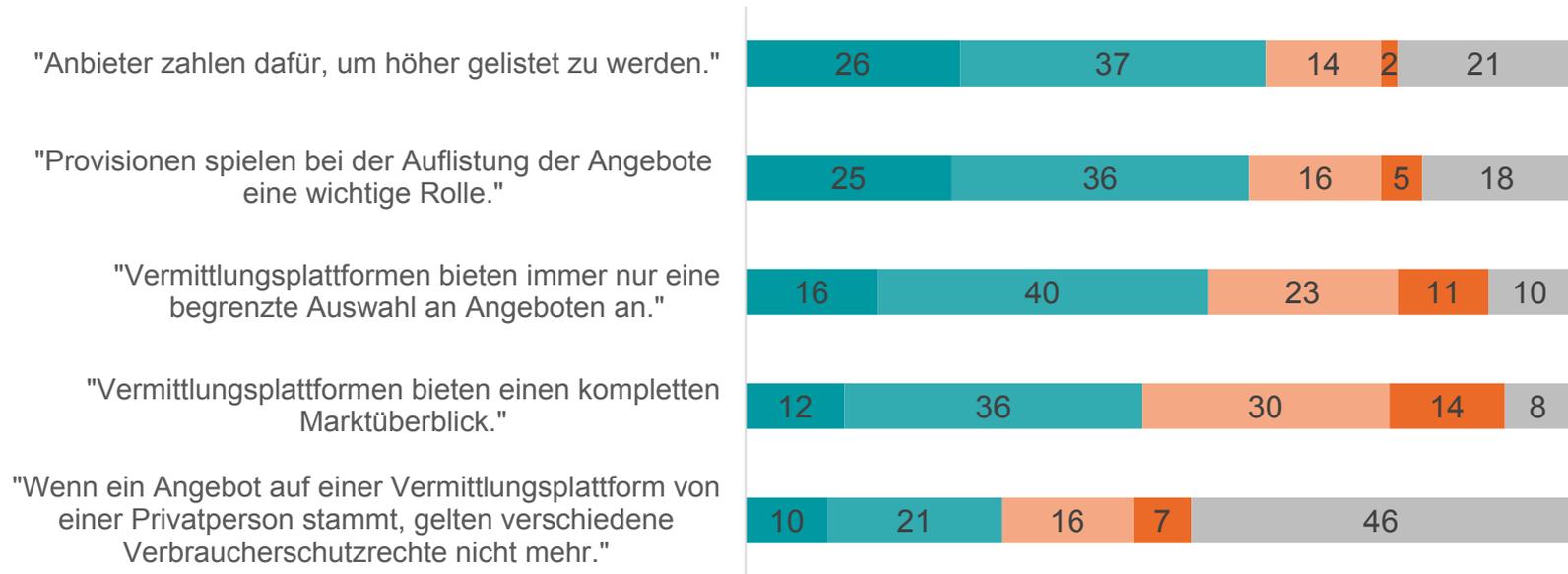
Basis: Nutzer von Vermittlungsplattformen (n=643)

Frage: Auf welcher Vermittlungsplattform haben Sie diese Dienstleistung gebucht?

## 3.2 WISSEN



Am häufigsten wird der Aussage (eher) zugestimmt, dass „Anbieter dafür zahlen, um höher gelistet zu werden“ und dass „Provisionen für die Listung eine Rolle spielen“



- Stimme voll und ganz zu
- Stimme eher zu
- Stimme eher nicht zu
- Stimme überhaupt nicht zu
- Weiß nicht / keine Angaben

- Angaben in Prozent -

Basis: Nutzer von Vermittlungsplattformen (n=643)

Frage: Bitte geben Sie zu jeder der folgenden Aussagen zu Vermittlungsplattformen den Grad Ihrer Zustimmung an.

## 3.2. WISSEN – FALLBEISPIEL A



82 Prozent der befragten Internetnutzer würden sich in diesem fiktiven Beispiel bei falschen Hotel-Informationen an die Vermittlungsplattform wenden. Insgesamt 16 Prozent würden sich stattdessen an den Anbieter oder das Hotel wenden.

„Stellen Sie sich vor, Sie haben für eine Reise ein Hotel ausgewählt, Ihre Kreditkartendaten zum Bezahlen eingegeben und die Buchung abgeschlossen. Im Nachhinein stellen Sie fest, dass das Hotel einen Stern weniger besitzt als im Internet angegeben. An wen wenden Sie sich zur Reklamation als erstes?“

Best Western Hotel Globus ★★ ★

Viale Ippocrate, 119, 00161 Rom, Italien

Anreise: 02.05. 2019 Donnerstag  
Abreise: 04.05. 2019 Samstag  
2 Nächte

1 Erwachsener in 1 zwei Einzelbetten im Komfort-Doppelzimmer  
Comfort-Zimmer, 2 Queen-Betten - Bett Anzahl und Typ: 2 Queen-Betten

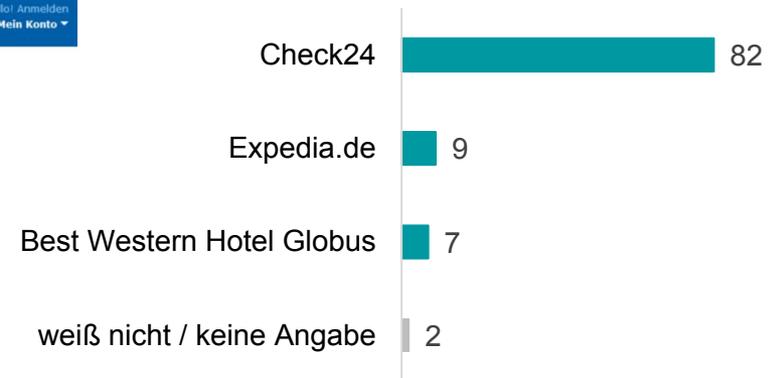
Preisübersicht (zu bezahlen bei Buchung)  
Übernachtung 321,37 €  
Tax Recovery Charges 32,14 €  
Gesamtpreis 353,51 €

Vor Ort anfallende Gebühren (nicht im Gesamtpreis inbegriffen)  
Verpflichtende Steuer 8,00 €

Nicht kostenlos stornierbar  
Diese Buchung ist kostenpflichtig stornierbar. Sie zahlen einen Betrag in Höhe des Gesamtpreises (353,51 €).

Vorauszahlung  
Der Gesamtbetrag wird nach Abschluss der Buchung fällig.

Anbieter: Expedia



### - Angaben in Prozent -

**Basis:** Alle befragten Internetnutzer (n = 1.004) , davon ein Drittel zufällig ausgewählt (n=354)

**Frage:** Stellen Sie sich vor, Sie haben für eine Reise ein Hotel ausgewählt, Ihre Kreditkartendaten zum Bezahlen eingegeben und die Buchung abgeschlossen. Im Nachhinein stellen Sie fest, dass das Hotel einen Stern weniger besitzt als im Internet angegeben. An wen wenden Sie sich zur Reklamation als erstes?

## 3.2. WISSEN – FALLBEISPIEL B



Bei fehlerhaften Buchungen – wie hier im Beispiel durch falsche Angaben – würden sich 62 Prozent an die Vermittlungsplattform wenden, 16 Prozent an Sub-Vermittler und Anbieter.

„Stellen Sie sich vor, Sie wollen Urlaub in Rom machen und haben sich für folgenden Flug entschieden. Allerdings haben Sie in der Buchungsbestätigung festgestellt, dass Sie sich vertippt haben. Nun wollen Sie Ihre Angaben berichtigen. An wen wenden Sie sich als erstes?“

www.momondo.de/SNflightreservation?providerId=64&searchId=DQHlLasQMs&resultId=f9493ef2c538076d045c7a9968bf16ca&clickId=kMgnbXCMi6UKQddMyeTHEQ&subOptId=E-174130

**Zusammenfassung**

Wir können dieses Angebot noch **19:27** für dich reservieren

**Reiseverlauf**

- Di, 5. Mrz 12:40 MUC → FCO 1 Stopp
- Do, 7. Mrz 12:50 FCO → MUC 1 Stopp

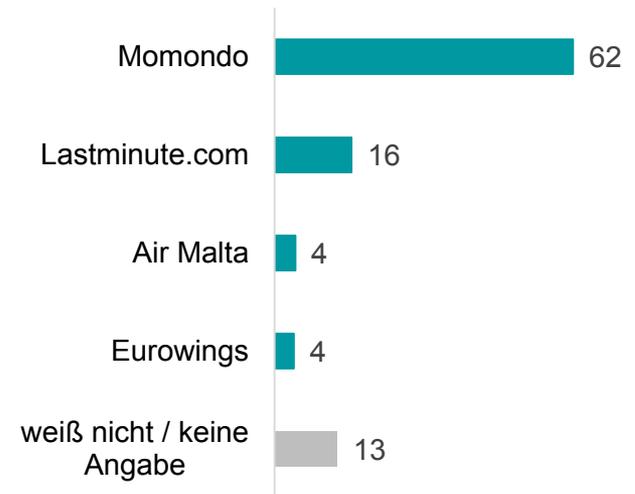
1 Erwachsene(r), Economy

**Preisübersicht**

- 1 Erwachsene(r) 176,42 EUR
- Lastminute Servicegebühr 0,00 EUR
- Steuern & Gebühren 0,00 EUR
- 1 Handgepäckstück (pro Person) **INKLUSIVE**

**Gesamt 176,42 EUR**

Kundendienst bereitgestellt von **Lastminute.com**



### - Angaben in Prozent -

**Basis:** Alle befragten Internetnutzer (n = 1.004), davon ein Drittel zufällig ausgewählt (n=333)

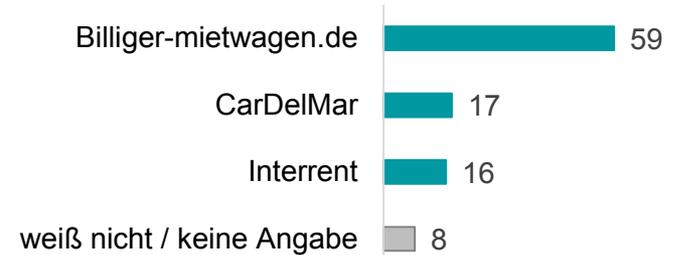
**Frage:** Stellen Sie sich vor, Sie wollen Urlaub in Rom machen und haben sich für folgenden Flug entschieden. Allerdings haben Sie in der Buchungsbestätigung festgestellt, dass Sie sich vertippt haben. Nun wollen Sie Ihre Angaben berichtigen. An wen wenden Sie sich als erstes?

## 3.2. WISSEN – FALLBEISPIEL B



Bei einer notgedrungenen Umbuchung eines bereits gebuchten Mietwagens würden sich über die Hälfte der Internetnutzer (59 %) an die Vermittlungsplattform wenden. 17 Prozent an den Sub-Vermittler und 16 Prozent an den anbietenden Autovermieter.

„Stellen Sie sich vor, Sie fliegen in den Urlaub und haben für den Urlaubsort auf folgender Seite ein Auto gemietet. Nun wurden Ihre Flugzeiten geändert und Sie müssen an Ihrer Mietwagenbuchung noch einmal etwas ändern. An wen wenden Sie sich als erstes?“



- Angaben in Prozent -

**Basis:** Alle befragten Internetnutzer (n = 1.004), davon ein Drittel zufällig ausgewählt (n=317)

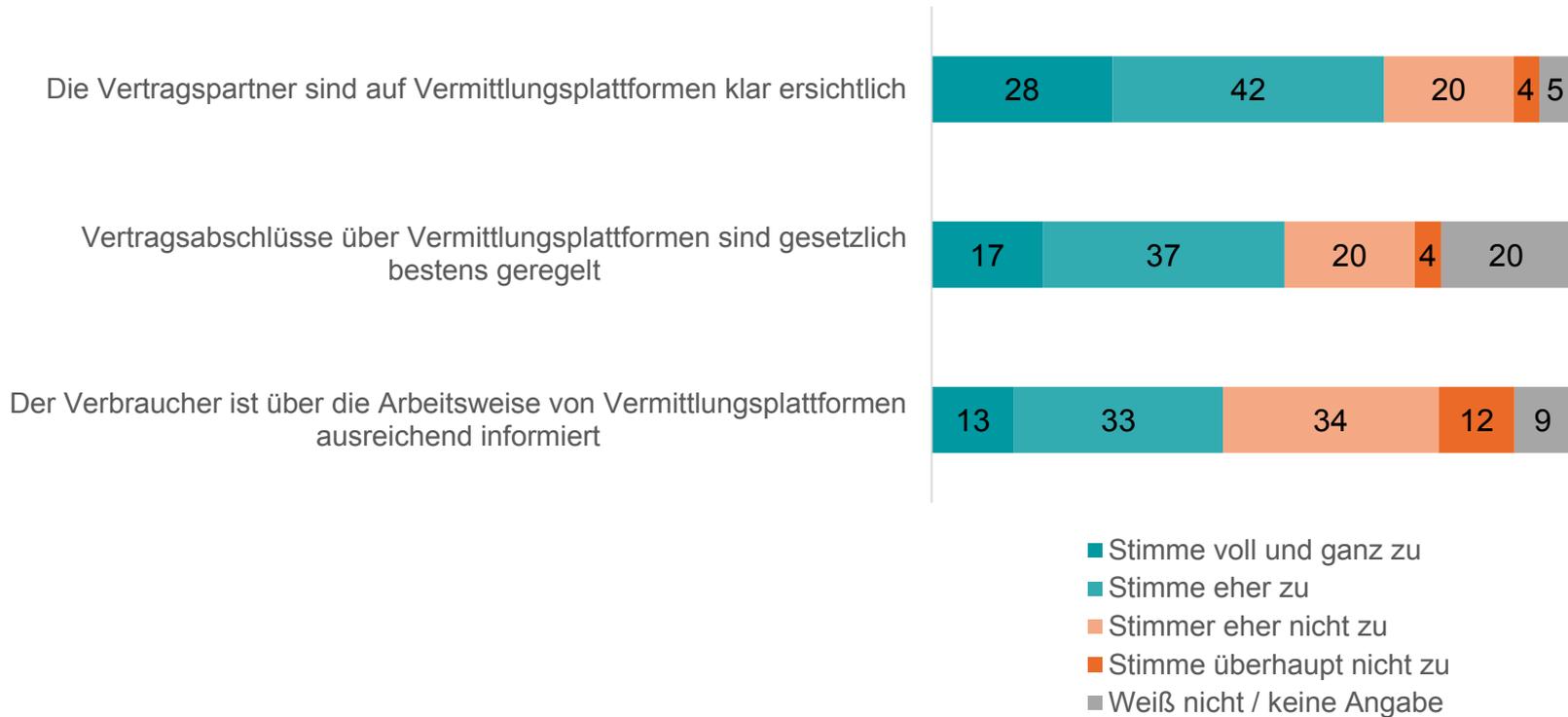
**Frage:** Stellen Sie sich vor, Sie fliegen in den Urlaub und haben für den Urlaubsort auf folgender Seite ein Auto gemietet. Nun wurden Ihre Flugzeiten geändert und Sie müssen an Ihrer Mietwagenbuchung noch einmal etwas ändern. An wen wenden Sie sich als erstes?

verbraucherzentrale

### 3.3 MEINUNGEN



**Knapp die Hälfte der Nutzer stimmen (eher) nicht zu, dass die Plattformen über die Arbeitsweise ausreichend informieren. Und jeder Vierte stimmt (eher) nicht zu, dass die Vertragspartner klar ersichtlich und Vertragsabschlüsse gesetzlich bestens geregelt sind.**



- Angaben in Prozent -

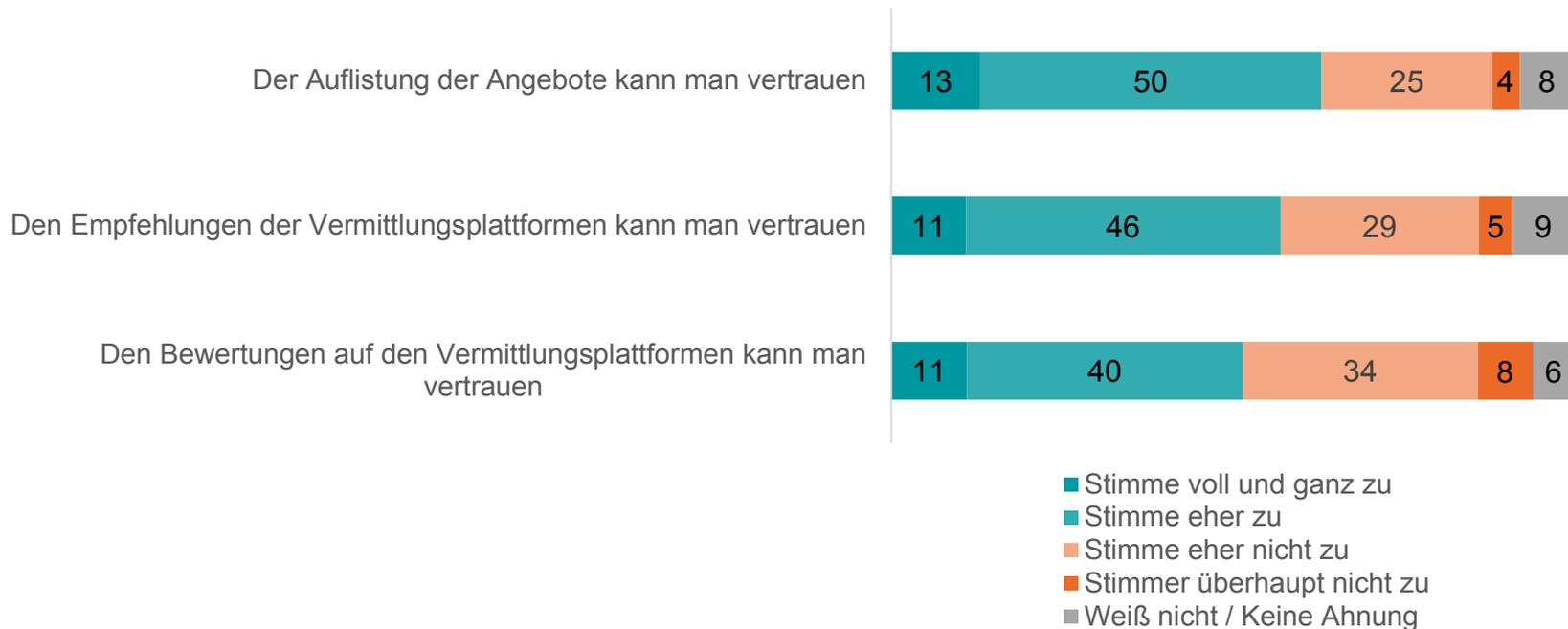
Basis: Nutzer von Vermittlungsplattformen (n=643)

Frage: Bitte geben Sie zu jeder der folgenden Aussagen zu Vermittlungsplattformen den Grad Ihrer Zustimmung an.

# 3.4 VERTRAUEN



42 Prozent der Nutzer von Vermittlungsplattformen stimmen der Aussage (eher) nicht zu, dass man den Bewertungen auf Vermittlungsplattformen vertrauen kann. Auch der Auflistung der Angebote und den Empfehlungen vertraut knapp jeder Dritte (eher) nicht.



- Angaben in Prozent -

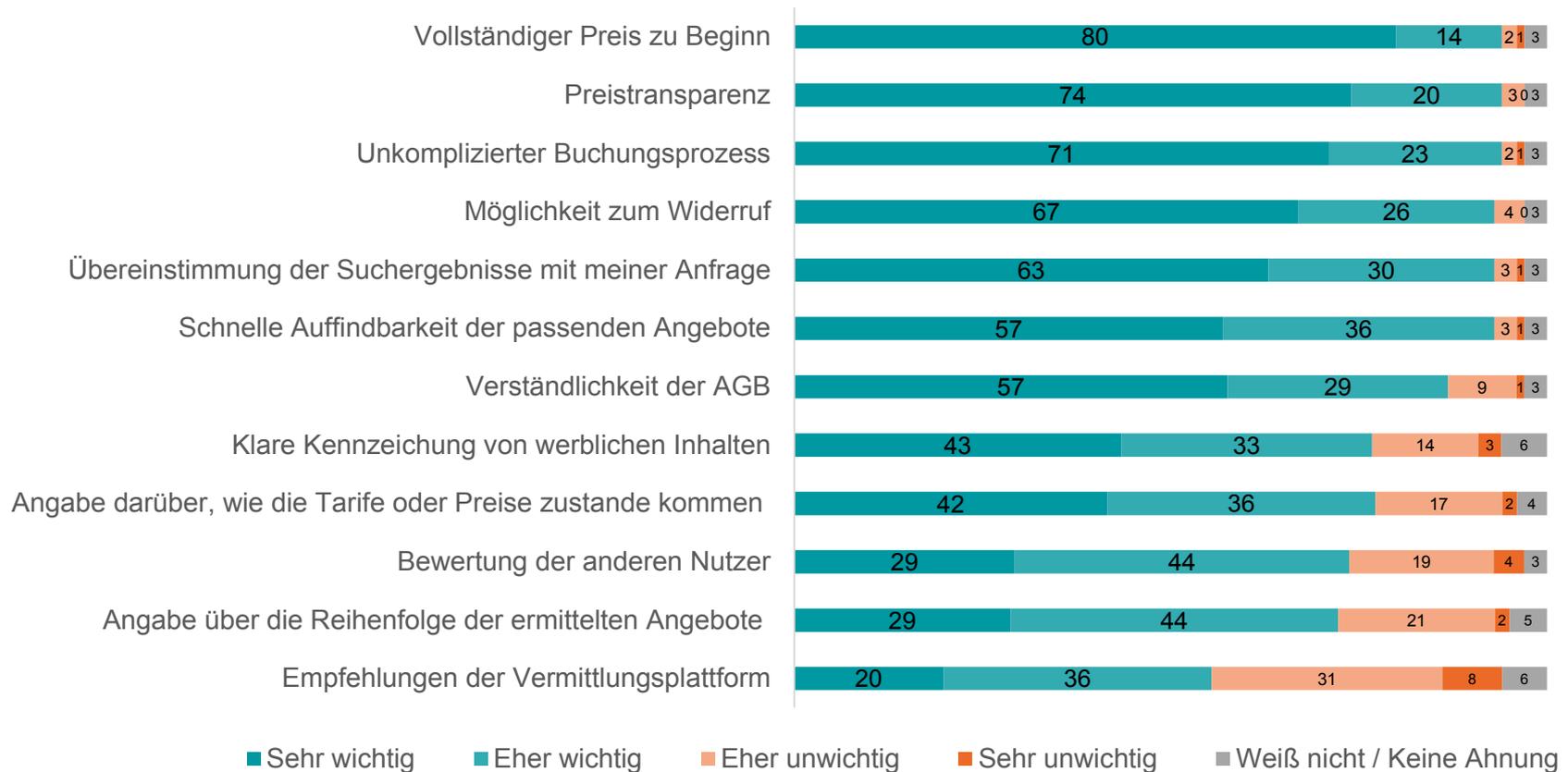
Basis: Nutzer von Vermittlungsplattformen (n=643)

Frage: Bitte geben Sie zu jeder der folgenden Aussagen zu Vermittlungsplattformen den Grad Ihrer Zustimmung an.

## 3.5. BEDÜRFNISSE UND ERWARTUNGEN



Internetnutzer finden vor allem einen vollständigen Preis zu Beginn, Preistransparenz und einen unkomplizierten Buchungsprozess bei der Wahl eines Angebots auf Vermittlungsplattformen (eher) wichtig.



- Angaben in Prozent -

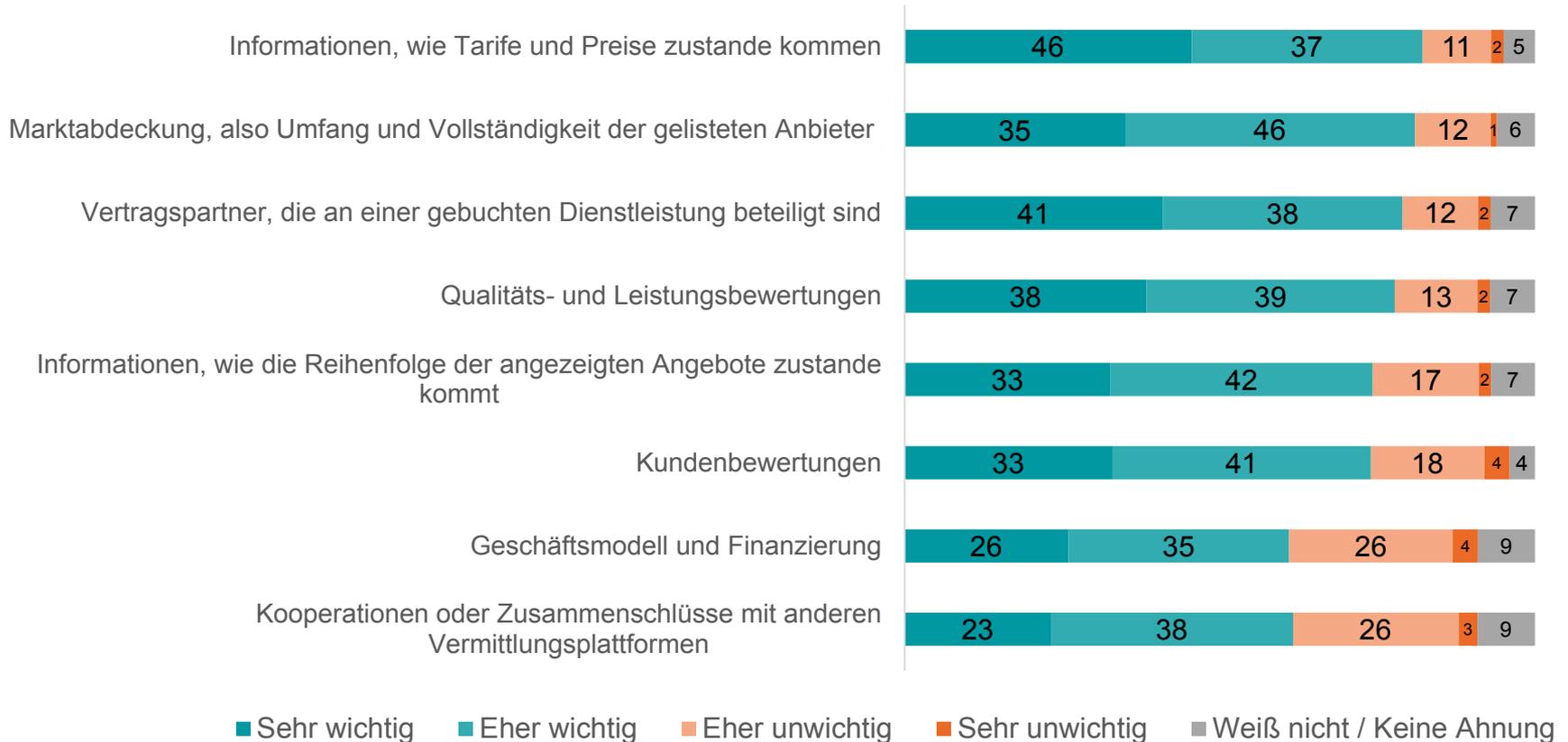
Basis: Alle befragten Internetnutzer (n=1.004)

Frage: Wie wichtig sind für Sie folgende Aspekte bei der Wahl eines Angebots auf einer Vermittlungsplattform?

## 3.5. BEDÜRFNISSE UND ERWARTUNGEN



Den Internetnutzern ist am wichtigsten, transparente Informationen zu erhalten, wie die Tarife und Preise zustande kommen. Außerdem möchten sie über Umfang und Vollständigkeit der gelisteten Anbieter informiert werden.



Angaben in Prozent -

Basis: Alle befragten Internetnutzer (n=1.004)

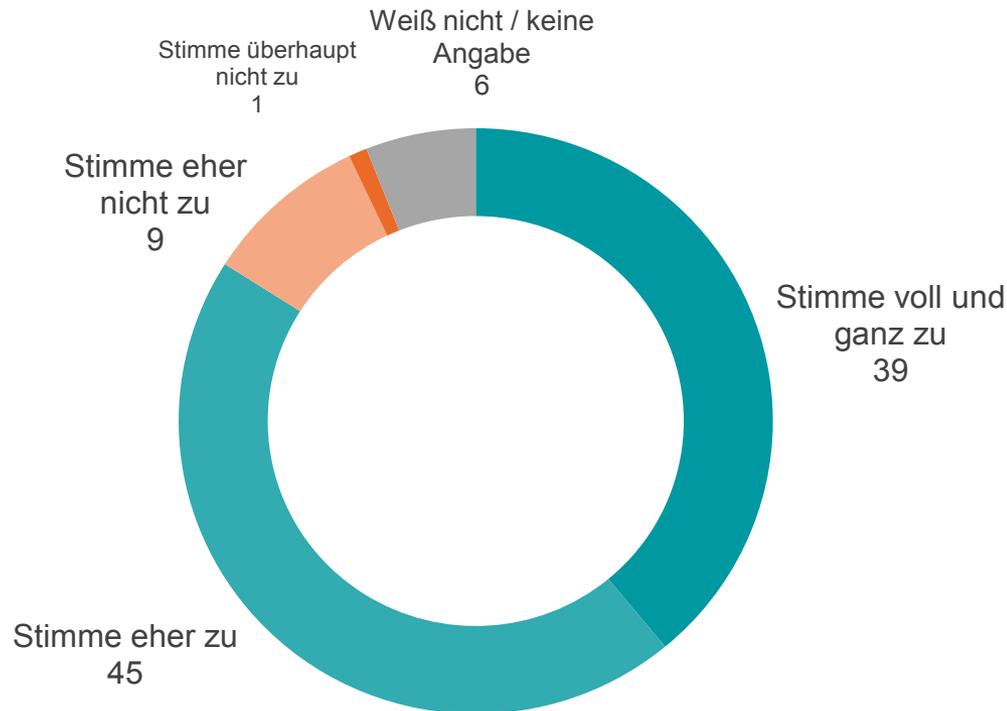
Frage: Als wie wichtig empfinden Sie persönlich eine klare Offenlegung der folgenden Aspekte durch die Betreiber von Vermittlungsplattformen?

### 3.5. BEDÜRFNISSE UND ERWARTUNGEN



Der Großteil (84 %) der Nutzer stimmt der Aussage (eher) zu, dass die Vermittlungsplattformen Informationen darüber anzeigen sollten, wie die Suchergebnisse geordnet werden.

**„Alle Plattformen sollten Informationen darüber anzeigen, wie die Suchergebnisse geordnet werden!“**



Angaben in Prozent -

Basis: Nutzer von Vermittlungsplattformen (n=643)

Frage: Bitte geben Sie zu jeder der folgenden Aussagen zu Vermittlungsplattformen den Grad Ihrer Zustimmung an.

## 4. FAZIT

Vermittlungsplattformen erfreuen sich bei Verbrauchern großer Beliebtheit. Gut jeder zweite Internetnutzer hat schon mal über eine Plattform eine Dienstleistung ausgewählt – am häufigsten um ein Hotel zu buchen. Die Umfrage zeigt aber auch, dass etliche Unklarheiten im Bezug auf die Funktionsweise von Vermittlungsplattformen bestehen und die Nutzer sich in manchen Belangen mehr Transparenz wünschen.

Viele Nutzer der Plattformen wissen zum Beispiel nicht, dass Vermittlungsplattformen nur eine begrenzte Auswahl an Anbietern anzeigen. Hierdurch können die Nutzer zu einer falschen Annahme über die Angebotsvielfalt kommen und sich deshalb unter Umständen für ein suboptimales Angebot entscheiden. Ferner ist nur knapp einem Drittel der befragten Nutzer der Plattformen (31 %) bewusst, dass verschiedene Verbraucherschutzrechte nicht mehr gelten, wenn ein Angebot auf einer Vermittlungsplattform von einer Privatperson stammt.

Die Umfrage zeigt zudem Defizite bei der Kenntlichmachung der Rollenverteilung von Plattform und Dienstleister: Es ist für die Nutzer nicht gleichermaßen eindeutig, wer Ansprechpartner bei verschiedenen auftretenden Schwierigkeiten ist. Für viele Nutzer sind Plattformen der erste Ansprechpartner und sie vertrauen darauf, dort Hilfe zu erhalten. Allerdings würden sich einige Verbraucher auch zuerst an Dienstleister und Subvermittler wenden. Insofern zeigen sich hier Probleme bei der Identifikation des richtigen Ansprechpartners, was im Reklamationsfall die Durchsetzung von Forderungen erschwert.

## 4. FAZIT

Nutzer von Vermittlungsplattformen wünschen sich insgesamt mehr Informationen: Einmal über das Zustandekommen der Tarife und Preise aber auch über die Marktabdeckung – also die zur Auswahl stehenden oder fehlenden Anbieter. Zudem stimmt mit 84 Prozent ein Großteil der Nutzer der Aussage (eher) zu, dass alle Plattformen mehr Informationen darüber anzeigen sollten, wie die Suchergebnisse geordnet werden.

Letztendlich zeigen die Ergebnisse, dass das Versprechen der Plattformanbieter – nämlich Licht in den Tarif- und Angebotsdschungel zu bringen und Nutzern die besten Angebote aufzuzeigen – nur teilweise erfüllt wird. Schleierhafte Preiszusammensetzung, Intransparenz beim Ranking und Unklarheit bei den Vertragsbeziehungen führen dazu, dass Nutzer sich nicht immer für das für sie beste Angebot entscheiden bzw. entscheiden können.



**MARKTWÄCHTER**

**verbraucherzentrale**

## Impressum

Verbraucherzentrale Bayern e.V.  
Mozartstraße 9, 80336 München  
[www.verbraucherzentrale-bayern.de](http://www.verbraucherzentrale-bayern.de) | [marktwaechter.de](http://marktwaechter.de)