

# DOKUMENTATION

## Deutschlands Beste Online-Portale 2018



„Mehr Transparenz – mehr Kundennähe“  
Im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv  
Hamburg, 24. Mai 2018

# UNTERNEHMEN KONTAKT

DEUTSCHES INSTITUT  
FÜR SERVICE-QUALITÄT



Dorotheenstraße 48  
22301 Hamburg  
Fon: 040 27 88 91 48 11  
Fax: 040 27 88 91 48 91  
m.hamer@disq.de  
www.disq.de

**Markus Hamer**  
Geschäftsführender  
Gesellschafter

DEUTSCHES INSTITUT  
FÜR SERVICE-QUALITÄT



Dorotheenstraße 48  
22301 Hamburg  
Fon: 040 27 88 91 48 12  
Fax: 040 27 88 91 48 91  
b.moeller@disqmedia.de  
www.disq.de

**Bianca Möller**  
Geschäftsführerin  
DISQ Media

Die Dokumentation unterliegt einer Schutzgebühr in Höhe von 400 Euro (zzgl. MwSt.).

<b>Sitz</b>	Hamburg
<b>Gründung</b>	Juni 2006
<b>Ziele</b>	Transparenz schaffen; Verbesserung der Servicequalität in Deutschland
<b>Status</b>	Privatwirtschaftliches Institut (ohne öffentliche Zuschüsse); verbraucherorientiert, unabhängig (keine Zertifizierungen oder Studien im Auftrag von Unternehmen)
<b>Ausrichtung</b>	Mediendienstleister für TV-Sender sowie Publikums- und Fachpresse
<b>Aufgabenfeld</b>	Durchführung von Servicestudien, Tests und Kundenbefragungen auf der Basis standardisierter, objektiver und aktueller Marktforschungsmethodik
<b>Mitarbeiter</b>	Expertenteam aus Ökonomen, Soziologen und Psychologen sowie rund 1.500 geschulte Tester in ganz Deutschland
<b>Beirat</b>	Johann C. Lindenberg / Dipl.-Volkswirt, Hamburger Hochschulrat, Jochen Dietrich / n-tv Nachrichtenfernsehen

	<b>Seite</b>
<b>1. Zahlen und Fakten zur Studie</b>	<b>7</b>
<b>2. Zusammenfassung</b>	<b>9</b>
<b>3. Die besten Online-Portale</b>	<b>10</b>
<b>4. Gesamturteil Online-Portale</b>	<b>12</b>
▪ Portale Pauschalreisen	12
▪ Portale Reiseschnäppchen	14
▪ Portale Wellness-Reisen	16
▪ Flugportale (mit Buchungsmöglichkeit)	18
▪ Ferienhausportale	20
▪ Campingportale	22
▪ Portale Wohnmobilvermietung	24
▪ Gebrauchtwagenportale	26
▪ Neuwagenportale	28
▪ Kfz-Werkstatt-Portale	30
▪ Preissuchmaschinen	32
▪ Marktplätze Privatanbieter	34

	<b>Seite</b>
<b>4. Gesamturteil Online-Portale (Fortsetzung)</b>	
▪ Online-Ankaufdienste	36
▪ Universal-Vergleichsrechner	38
▪ Vergleichsrechner Finanzen & Versicherungen	40
▪ Branchenverzeichnisse	42
▪ Vergleichsportale Mobilfunk	44
▪ Jobportale	46
▪ Vergleichsportale Weiterbildung	48
▪ Portale für Studierende	50
▪ Nachhilfeportale	52
▪ Lernportale Sprachen	54
▪ Lernportale Mathematik	56
▪ Immobilienportale	58
▪ Handwerkerportale	60
▪ Portale Haushaltshilfe	62
▪ Preisportale für Heizöl	64
▪ Online-Textilreinigungen	66

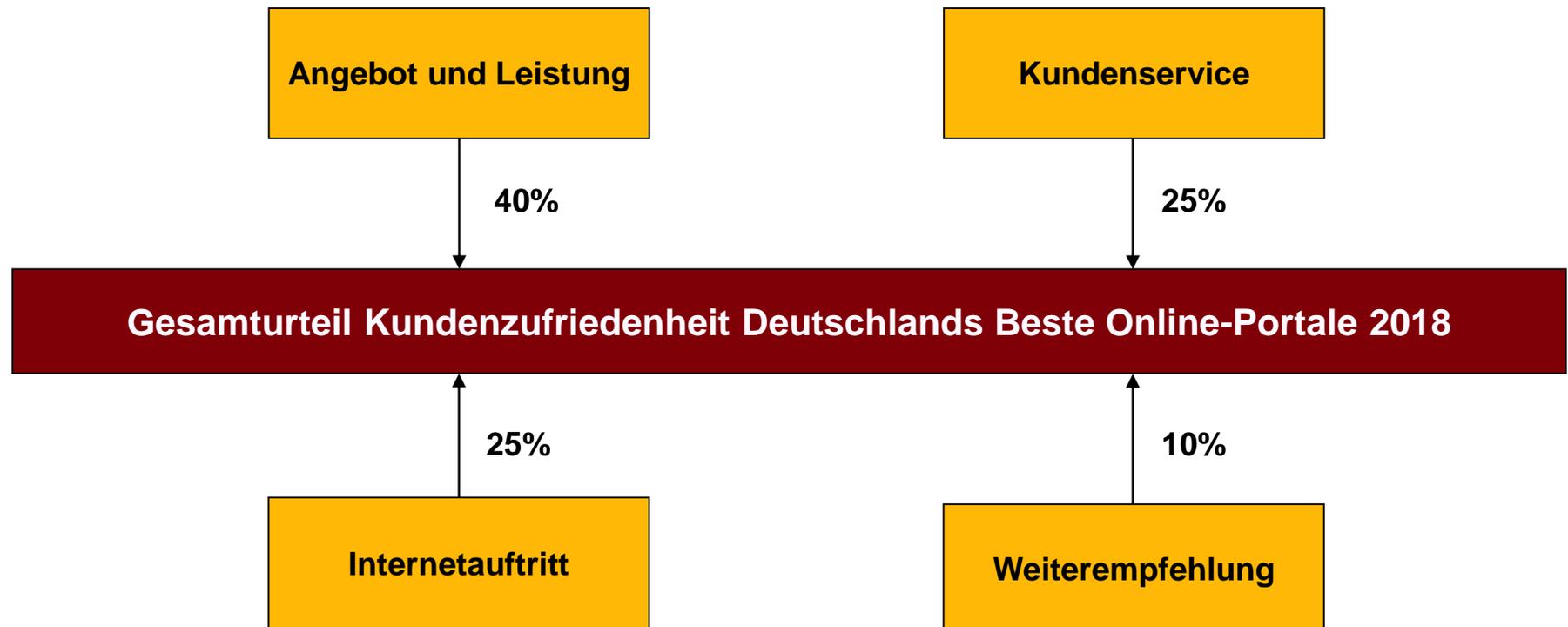
	<b>Seite</b>
<b>4. Gesamturteil Online-Portale (Fortsetzung)</b>	
▪ Vergleichsportale Ärzte & Kliniken	68
▪ Apothekenvergleichsportale	70
▪ Vergleichsportale Pflegedienste & Pflegeheime	72
▪ Fitness-Portale	74
▪ Ernährungsportale	76
▪ Buchungsportale Freizeit & Sport	78
▪ Erlebnisanbieter	80
▪ Hochzeitsportale	82
▪ Restaurant-Portale	84
<b>5. Methodik</b>	<b>86</b>
<b>Anhang</b>	<b>92</b>

# 1. Zahlen und Fakten zur Studie

<b>Auftraggeber</b>	Nachrichtensender n-tv
<b>Studienumfang</b>	398 Online-Portale; in der Einzelauswertung: 221 Online-Portale in 37 Kategorien, die 80 Kundenmeinungen erreichten
<b>Studienzeitraum</b>	Dezember 2017 bis April 2018
<b>Befragungszeit</b>	16. Januar bis 28. Februar 2018
<b>Befragte</b>	Männer und Frauen; 18 Jahre und älter; Bewertung jeweils eines Unternehmens pro Kategorie möglich (Voraussetzung: Kontakt zum jeweiligen Online-Portal bzw. Nutzung von Leistungen in den letzten 12 Monaten)
<b>Teilnehmerzahl</b>	n = 24.639
<b>Kriterien</b>	Angebot und Leistung, Kundenservice, Internetauftritt, Weiterempfehlung
<b>Erhebung</b>	Kundenbefragung über ein Online-Access-Panel; standardisierter Fragebogen zur Kundenzufriedenheit

# 1. Zahlen und Fakten zur Studie

## Bewertungskriterien und Gewichtungen



## 2. Zusammenfassung

- **Online-Portale überzeugen erneut:** Über alle Kategorien hinweg erzielten die Online-Portale ein gutes Ergebnis. Jedoch gelang keinem Unternehmen ein sehr gutes Resultat.
- **Solide Zufriedenheitswerte:** Sowohl Angebot und Leistung als auch der Kundenservice und die Internetauftritte erreichten ein gutes Zufriedenheitsniveau. Mit dem Angebot und der Leistung waren rund 86 Prozent der Befragten zufrieden. Der Kundenservice erhielt im Vergleich erneut die geringste Zustimmung (rund ein Fünftel der Antworten nicht positiv).
- **Durchwachsene Weiterempfehlungsbereitschaft:** Die Weiterempfehlung stellte, wie schon in der Vorstudie 2017, insgesamt den schwächsten Bewertungsbereich dar. Zwar überwog bei allen Kategorien die Anzahl der zur Weiterempfehlung neigenden Kunden die der Kritiker – jedoch gab es hier oftmals Luft nach oben.
- **Portale Pauschalreisen mit höchster Zufriedenheit:** Diese Kategorie erreichte das beste Gesamturteil im Vergleich. Angebot und Leistung fielen hier aus Kundensicht am besten aus. Besonders gut schnitten auch die Erlebnisanbieter ab. Den höchsten Zufriedenheitswert auf Unternehmensebene erzielte Check24 (Universal-Vergleichsrechner).
- **Rote Laterne für die Online-Textilreinigungen:** Hier zeigten sich die Kunden im Schnitt am wenigsten zufrieden. Die Anbieter erzielten dennoch ein knapp gutes Branchenergebnis.

# 3. Die besten Online-Portale

Kategorie	Preisträgerübersicht in alphabetischer Reihenfolge*		
Portale Pauschalreisen	Holidaycheck	Sonnenklar.tv	Thomascook.de
Portale Reiseschnäppchen	Schnäppchenfuchs Reise / Tripdoo	Secret Escapes	Urlaubsguru
Portale Wellness-Reisen	Beauty24.de	Fit Reisen	Wellnesshotels-Resorts.de
Flugportale (mit Buchungsmöglichkeit)	Cheaptickets.de	Fluege.de	Flüge.de
Ferienhausportale	Bestfewo.de	Casamundo	Fewo-direkt
Campingportale	ADAC Campingwelt	Campercontact	-
Portale Wohnmobilvermietung	Campanda	Camperdays	TUI Camper
Gebrauchtwagenportale	Autoscout24	Gebrauchtwagen.de	Mobile.de
Neuwagenportale	Neuwagen24.de	Sixt-Neuwagen.de	-
Kfz-Werkstatt-Portale	Caroobi	Drivelog	-
Preissuchmaschinen	Billiger.de	Guenstiger.de	Idealo
Marktplätze Privatanbieter	Ebay Kleinanzeigen	Hood.de	Shpock
Online-Ankaufdienste	Rebuy	Wirkaufens.de	Zoxs.de
Universal-Vergleichsrechner	Check24	Geldsparen.de	Verivox
Vergleichsrechner Finanzen & Versicherungen	Finanzcheck.de	Smava	Vergleich.de
Branchenverzeichnisse	11880.com	Das Örtliche	Yelp
Vergleichsportale Mobilfunk	Billiger-telefonieren.de	Smartweb	-
Jobportale	Absolventa	Monster	Stepstone
Vergleichsportale Weiterbildung	Fernstudiumcheck.de	Semigator	-

\* Je nach Größe der Kategorie und Anzahl der von den Konsumenten/Nutzern bewerteten Anbietern werden bis zu drei Preisträger pro Kategorie ausgezeichnet.

# 3. Die besten Online-Portale

Kategorie	Preisträgerübersicht in alphabetischer Reihenfolge*		
Portale für Studierende	E-fellows.net	Unicum.de	-
Nachhilfeportale	Erstenachhilfe.de	-	-
Lernportale Sprachen	Babbel	Duolingo	Rosetta Stone
Lernportale Mathematik	Bettermarks	Mathebibel	-
Immobilienportale	Immobilienscout24	Immowelt.de	-
Handwerkerportale	Meister.de	Myhammer	Wirsindhandwerk.de
Portale Haushaltshilfe	Betreut.de	Book a Tiger	Helping
Preisportale für Heizöl	Heizoel24.de	-	-
Online-Textilreinigungen	Myclean	Persil Service Online	-
Vergleichsportale Ärzte & Kliniken	Jameda	Sanego	Weisse Liste
Apothekenvergleichsportale	Medipreis	Medizinfuchs.de	-
Vergleichsportale Pflegedienste & Pflegeheime	Deutsches Seniorenportal	Pflegelotse	Senior Place
Fitness-Portale	Freeletics	Gymondo	Newmoove
Ernährungsportale	Weight Watchers	Yazio	-
Buchungsportale Freizeit & Sport	Eversports	Get Your Guide	-
Erlebnisanbieter	Geschenkidee.de	Mydays	-
Hochzeitsportale	Hochzeitsplaza	Weddix	-
Restaurant-Portale	Bookatable.com	Opentable.de	Tripadvisor

\* Je nach Größe der Kategorie und Anzahl der von den Konsumenten/Nutzern bewerteten Anbietern werden bis zu drei Preisträger pro Kategorie ausgezeichnet.

## 4. Gesamturteil Online-Portale Immobilienportale

In der Kategorie Immobilienportale wurden 13 Unternehmen von Kunden bewertet. In die Einzelauswertung kamen folgende fünf Online-Portale, denen eine ausreichende Anzahl von Befragten zugrunde lag (in alphabetischer Reihenfolge):

- Immobilienscout24
- Immonet.de
- Immowelt.de
- Nestoria
- Sparkassen Immobilien

# 4. Gesamturteil Online-Portale Immobilienportale

Die folgende Tabelle zeigt, wie die Online-Portale in der Kategorie Immobilienportale in den Bereichen Angebot und Leistung, Kundenservice, Internetauftritt sowie Weiterempfehlung abgeschnitten haben:

Ergebnis Immobilienportale 100%			Angebot und Leistung 40%		Kundenservice 25%		Internetauftritt 25%		Weiterempfehlung 10%	
Rang	Unternehmen	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*
1	Immowelt.de	74,4	3	75,9	1	75,7	2	75,6	1	61,9
2	Immobilienscout24	74,2	1	77,3	4	73,5	1	77,1	4	56,5
3	Immonet.de	73,2	2	76,2	3	74,0	3	73,8	3	57,1
4	Sparkassen Immobilien	71,6	4	74,1	2	74,1	4	73,2	5	51,8
5	Nestoria	69,6	5	71,1	5	70,5	5	71,1	2	57,1
	<b>Gesamt</b>	<b>71,5</b>		<b>73,6</b>		<b>72,2</b>		<b>73,7</b>		<b>56,1</b>

\* Punkte auf einer Skala von 0 bis 100. Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben. Unterschiedliche Ränge trotz gleicher Punktzahl werden durch Unterschiede im Nachkommastellenbereich verursacht. Die Gesamtwerte bilden jeweils den Mittelwert über alle Bewertungen, einschließlich der sonstigen Unternehmen, die aufgrund einer zu geringen Anzahl von Kundenmeinungen in der Auswertung nicht berücksichtigt werden konnten.

# 5. Methodik

## Hintergrund der Studie

Auf der Suche nach dem günstigsten Stromtarif, einer neuen Arbeitsstelle, leckeren Rezepten, geeigneter Nachhilfe für den Nachwuchs oder aber auch schönen Erlebnissen und Reisen – die Deutschen vergleichen, buchen und informieren sich gern online. Laut einer von Verivox in Auftrag gegebenen repräsentativen Studie haben rund 82,5 Prozent der befragten deutschen Onliner schon einmal ein Buchungs- und Vergleichsportale genutzt – 30 Prozent greifen sogar mindestens einmal im Monat auf diese zu.\*

Die Beliebtheit der Online-Portale spiegelt sich auch in steigenden Umsätzen wider. Im Jahr 2014 lag der Umsatz der Portale in Deutschland bei 851 Millionen Euro. Laut Statista-Prognose soll dieser weiter ansteigen und in 2020 bei rund 1,05 Milliarden Euro liegen.\*\*

Der wachsenden Beliebtheit tragen n-tv und das Deutsche Institut für Service-Qualität seit nunmehr einem Jahr Rechnung und zeichnen Deutschlands beste Online-Portale mit dem gleichnamigen Award aus. Welche Online-Portale zählen zu den besten Deutschlands? Um hierzu zugehören, müssen die Portale ihren Kunden ein attraktives Angebot, einen guten Kundenservice sowie einen informativen und nutzerfreundlichen Internetauftritt bieten. Sind diese Kriterien erfüllt, schlägt sich dies zudem positiv in der Weiterempfehlungsbereitschaft der Nutzer nieder.

\* Knieper, T. (2016). Konsumenten verstehen – was der digitale Verbraucher heute will und was er bekommt. Grundlagenstudie: Buchungs- und Vergleichsportale. Verfügbar online unter: <https://www.verivox.de/dateien/verivox-studie-digitale-verbraucher-verstehen-113297.aspx> (zuletzt abgerufen am 26.10.2017).

\*\* Statista/Eurostat (2017). Umsatz der Webportale in Deutschland von 2009 bis 2014 und Prognose bis zum Jahr 2020 (in Millionen Euro). Verfügbar online unter: <https://de.statista.com/prognosen/400491/webportale-in-deutschland--umsatzprognose> (zuletzt abgerufen am 07.11.2017).

# 5. Methodik

## Vorgehensweise

Die Erhebung der Kundenmeinungen erfolgte im Januar und Februar 2018 anhand einer bevölkerungsrepräsentativ angelegten Verbraucherbefragung über ein Online-Panel. Dabei wurden die drei elementaren Leistungsbereiche eines Online-Portals im Rahmen der Studie analysiert und von den Konsumenten bewertet: Angebot und Leistung, Kundenservice sowie Internetauftritt. Darüber hinaus gaben die Verbraucher außerdem ihr Urteil zur Weiterempfehlung des Portals ab.

Untersuchungsgegenstand war die Zufriedenheit der Kunden mit den jeweiligen Online-Portalen in den drei Leistungsbereichen, die anhand von mehreren Unterkriterien operationalisiert wurden: Von der Qualität und Vielfalt der angebotenen Leistung, über die Kontaktmöglichkeiten, die Reaktionen auf Kundenanfragen, die Freundlichkeit und die Beratungskompetenz der Mitarbeiter bis hin zum Informationsgehalt der Websites und der Verständlichkeit der Inhalte.

Im Zentrum der Untersuchung standen Portale aus 37 Kategorien, die unterschiedliche Branchen abdecken – von Jobportalen über Reiseportale bis hin zu Ernährungsportalen und Fitnessportalen. Je nach Größe der Branche und Anzahl der von den Konsumenten bewerteten Anbietern werden bis zu drei Preisträger pro Kategorie ausgezeichnet.

## Frage

Wie zufrieden sind Sie mit ...

- Angebot und Leistung bei dem Online-Portal xxx\*?  
(Qualität und Vielfalt der angebotenen Dienstleistung, attraktiver Nutzen des Portals, zum Beispiel bei Vergleichsportalen gute Ergebnisse und Vergleich vieler Anbieter)

## Antwortoptionen

Beurteilung auf einer Skala von „sehr unzufrieden“ (-2) bis „sehr zufrieden“ (+2) sowie die Antwortmöglichkeit „keine Angabe“

## Fallzahlen\*\*

Angebot und Leistung: n = 24.610

\* xxx steht für das zu Beginn der Befragung ausgewählte Online-Portal.

\*\* Basis: alle Befragten, n = 24.639. Fallzahlen variieren aufgrund der Antwortmöglichkeit „keine Angabe“.

## Frage

Wie zufrieden sind Sie mit ...

- dem Kundenservice bei dem Online-Portal xxx\*?  
(Kontaktmöglichkeiten per Telefon, E-Mail, Chat oder über Social-Media-Kanäle, Reaktionen auf Kundenanfragen wie Wartezeiten am Telefon und auf E-Mails, Freundlichkeit, Beratungskompetenz)

## Antwortoptionen

Beurteilung auf einer Skala von „sehr unzufrieden“ (-2) bis „sehr zufrieden“ (+2) sowie die Antwortmöglichkeit „keine Angabe“

## Fallzahlen\*\*

Kundenservice: n = 20.282

\* xxx steht für das zu Beginn der Befragung ausgewählte Online-Portal.

\*\* Basis: alle Befragten, n = 24.639. Fallzahlen variieren aufgrund der Antwortmöglichkeit „keine Angabe“.

## Frage

Wie zufrieden sind Sie mit ...

- dem Internetauftritt bei dem Online-Portal xxx\*?  
(Hoher Informationsgehalt der Websites, Verständlichkeit der Inhalte, einfache Navigation, effiziente Suchfunktionen, Sortier- und Filtermöglichkeiten, gute Übersichtlichkeit und Gestaltung der Seiten)

## Antwortoptionen

Beurteilung auf einer Skala von „sehr unzufrieden“ (-2) bis „sehr zufrieden“ (+2) sowie die Antwortmöglichkeit „keine Angabe“

## Fallzahlen\*\*

Internetauftritt: n = 24.542

\* xxx steht für das zu Beginn der Befragung ausgewählte Online-Portal.

\*\* Basis: alle Befragten, n = 24.639. Fallzahlen variieren aufgrund der Antwortmöglichkeit „keine Angabe“.

# 5. Methodik

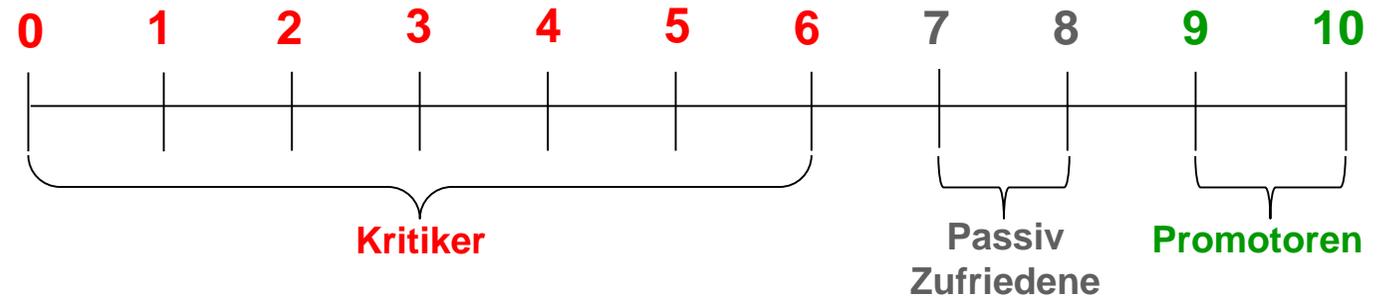
## Frage

Mit welcher Wahrscheinlichkeit würden Sie das Online-Portal Ihren Verwandten oder Freunden weiterempfehlen?

## Erhebung

Net Promoter Score: Befragungsteilnehmer bewerten die Wahrscheinlichkeit der Weiterempfehlung auf einer Skala von 0 (sehr unwahrscheinlich) bis 10 (sehr wahrscheinlich). Der prozentuale Anteil der Befragten mit einem Wert von 0 bis 6 (Kritiker) wird von dem prozentualen Anteil derjenigen mit Werten von 9 und 10 (Promotoren) abgezogen. Somit ergibt sich ein Wert, der zwischen -100 und +100 liegen kann.

## Skala



$$\text{NPS} = \text{Promotoren (\%)} - \text{Kritiker (\%)}$$

	<b>Seite</b>
<b>A. Demografie</b>	<b>93</b>
<b>B. Allgemeine Methodik (Kundenbefragung)</b>	<b>95</b>

# A. Demografie

Geschlecht	
Männlich	49,1%
Weiblich	50,9%

Bundesländer	
Baden-Württemberg	9,8%
Bayern	10,7%
Berlin	9,4%
Brandenburg	3,1%
Bremen	3,7%
Hamburg	7,4%
Hessen	8,9%
Mecklenburg-Vorpommern	3,8%
Niedersachsen	8,6%
Nordrhein-Westfalen	11,1%
Rheinland-Pfalz	3,9%
Saarland	2,6%
Sachsen	4,7%
Sachsen-Anhalt	4,0%
Schleswig-Holstein	4,1%
Thüringen	4,2%

Alter	
18 bis 19 Jahre	0,7%
20 bis 29 Jahre	13,3%
30 bis 39 Jahre	30,5%
40 bis 49 Jahre	30,2%
50 bis 59 Jahre	18,7%
60 Jahre und älter	6,6%

# A. Demografie

Bildungsabschluss	
(Noch) Kein Schulabschluss, noch Schüler/in in allgemeinbildender Schule	0,0%
Volks-/Grund-/Hauptschule ohne abgeschlossene Lehre/Berufsausbildung	2,3%
Volks-/Grund-/Hauptschule mit abgeschlossener Lehre/Berufsausbildung	12,7%
Mittlere Reife/weiterführende Schule ohne Abitur	28,7%
Abitur, Hochschulreife ohne Studium	32,4%
Studium (Universität, Hochschule, Fachhochschule, Akademie, Polytechnikum)	23,9%

Erwerbsstatus	
Nicht erwerbstätig/arbeitslos	2,0%
Berufstätig (Vollzeit angestellt)	66,5%
Berufstätig (Teilzeit angestellt)	14,5%
Selbstständig	11,3%
Schüler/Student	2,8%
Rentner	2,9%

Anzahl im Haushalt lebender Personen	
Eine Person	29,9%
Zwei Personen	49,6%
Drei Personen	14,3%
Vier oder mehr Personen	6,2%

# B. Allgemeine Methodik

## Kundenbefragung

- **Verfahren:** Internetgestütztes Verfahren des Computer Assisted Web Interviewing (CAWI). Die Interviewten füllen die Fragebögen direkt online aus.
- **Analyse:** In der Befragung kommt ein standardisiertes Befragungsinstrument zum Einsatz. Die Zufriedenheitswerte werden branchenübergreifend auf einer Likert-Skala mit fünf Ausprägungen erhoben, die in ein Punktesystem von 0 bis 100 überführt wird.
- **Rekrutierung:** Allgemeine Verbraucherbefragungen basieren auf einem Online-Access-Panel. Spezielle Personenkreise werden dagegen über verschiedene Kontaktwege durch gezielte Ansprache für eine Teilnahme gewonnen.
- **Untersuchungssample:** Das offene Design der Fragebögen gewährleistet, dass jedes Unternehmen/jede Marke der betrachteten Branche in die Untersuchung eingehen kann.
- **Stichprobengröße:** Der Stichprobenumfang einer Kundenbefragung richtet sich nach dem Untersuchungsziel und der Branche. Unternehmen/Marken, welche 100 bzw. 80 Kundenmeinungen erreichen, werden einzeln ausgewertet.
- **Qualitätskontrolle:** Kontrollfragen und rotierende Elemente im Design des Fragebogens, ausreichende Stichproben, die Prüfung von IP-Adressen und eine sorgfältige Datenbereinigung stellen die Qualität der Ergebnisse sicher.