



VERBRAUCHERBEFRAGUNG

Die besten Online-Portale überzeugen mit Service

Zwischen Preisvergleich, Marktplatz und Serviceleistungen: Onlineportale müssen sich zunehmend auch gegenüber ChatGPT und Co. behaupten. Eine Studie zeigt, wer die Kundschaft überzeugt.

Jan Wittenbrink Köln

Stornierungen, Umbuchungen und Namenskorrekturen: Das Reiseportal Ab-in-den-urlaub.de nennt diese Anliegen als die Dauerbrenner im eigenen Kundenservice. Wenn sich etwa Reisepläne ändern, bietet die Plattform eine Telefonhotline und 24-Stunden-WhatsApp-Chat. Auch wenn die Plattform selbst keine Reisen veranstaltet, verspricht sie Beratung, falls es Probleme mit dem Anbieter gibt. 2003 als reines Vergleichsportal für Reisen gegründet, gilt die Seite heute als ein führendes Online-Reisebüro. Man will über den Preis punkten, aber auch mit Extras wie einer kostenlosen Sofortstornierung.

Viele Onlineportale bieten guten Service, um ihre Kunden an sich zu binden, sei es in der Reisebranche, im Auto- oder Elektronikhandel. „Plattformen sind für Verbraucher ein Türöffner in den Markt“, sagt Claus Dethloff, Geschäftsführer des Analyseinstituts Servicevalue. Er überprüft regelmäßig, wer wirklich Wort hält.

Im Juli hat Servicevalue Verbraucherinnen und Verbraucher online zu 351 Online-Portalen in 28 Kategorien befragt. Ab-in-den-Urlaub.de erzielte im Ranking den Spitzenwert unter den Reisebuchungsportalen. Insgesamt werteten die Marktforscher mehr als 47.000 Einschätzungen aus. Einige Portale, die in der Studie untersucht wurden, beschränken sich auf Preisvergleiche. Andere bieten umfangreichen Kundenservice

oder treten selbst als Dienstleister oder Anbieter auf, etwa im Bildungsbereich.

Vergleichsportalen kommt heute eine besondere Rolle zu, denn sie versprechen Orientierung. Wer keine Bindung an einen präferierten Händler hat, nutzt sie oft als Anlaufstation, sagt Jochen Krisch, Herausgeber des Branchenblogs Exciting Commerce: „Die Verbraucher erwarten, dass nur verlässliche Anbieter gelistet werden.“

Vergleichsportale und Buchungsplattformen reduzieren die Komplexität, sagt auch Claus Dethloff: „Die Menge an Informationen und Angeboten im Netz ist so unüberschaubar, dass Konsumenten das meist gar nicht verarbeiten können.“ Es gehe also um kognitive Entlastung, wenn Portale die Optionen bündeln, filtern und auf die Auswahl passender Anbieter reduzieren. „Wenn die Optionen übersichtlich und nachvollziehbar sind, wird ein Kaufabschluss wahrscheinlicher.“ Für den Erfolg von Plattformen sei es daher entscheidend, ob es ihnen gelinge, auch komplexere Kaufentscheidungen überschaubar darzustellen.

Als Faustregel gilt: Je einfacher das Konzept der Plattform ist, desto positiver wird sie auch bewertet. Entsprechend erzielten die Telefonverzeichnisse den besten Mittelwert unter allen Branchen, wo 11880.com den Spitzenrang im Ranking belegt. Auch Portale für simple Vergleiche etwa von Heizölpreisen schneiden gut ab. Je beratungs-

”

Wer erst einmal einen Vergleichsprozess durchlaufen hat, schließt auch bereitwilliger einen Kauf ab.

Claus Dethloff
Servicevalue

tensiver dagegen das Produkt, desto eher erwarten Verbraucherinnen und Verbraucher auch Kundenservice von der Plattform. So wie bei individuell geplanten Reisen, wo Servicehotlines und Chatkontakte zum Standard gehören.

Fertighaus.de, Sieger in der Kategorie Hausbau, bietet sich als Vermittler zwischen Bauinteressenten und Baufirmen an. Dabei berücksichtigt ein Hausbau-Assistent persönliche Wünsche. Mit umfassenden Checklisten und Tipps bereitet das Portal auf ein Erstgespräch mit einem Hausanbieter vor.

Der Anwalt ruft gratis an

Die Rechtsberatungsplattform Advocado vermittelt passende Juristen für viele Rechtsanliegen – und verspricht Schnelligkeit. Wer per Portal eine Anfrage stellt, erhalte noch am selben Tag eine kostenfreie telefonische Ersteinschätzung von einem passenden Rechtsanwalt. Advocado schneidet im Ranking in der Kategorie Rechtsberatung am besten ab.

Den meisten Kunden sei es in erster Linie wichtig, möglichst schnell den günstigsten Preis präsentiert zu bekommen, sagt Krisch. Je nach Portal könne ein guter Kundenservice dennoch ein wichtiges Differenzierungsmerkmal sein. „Das gilt vor allem für Plattformen mit ausgeprägter Kundenbindung, die selbst als starke Marke auftreten.“ Beim Service gehe es primär um Erreichbarkeit und die Möglichkeit, im persönlichen Gespräch oder Chat auf Bedürfnisse einzugehen. „Das kostet natürlich und rechnet sich nur, wenn daraus auch entsprechende Abschlüsse und Provisionen entstehen“, sagt Krisch. Beratende KI-Assis-

tenten können den Service ergänzen, erfordern aber entsprechende Investitionen.

Künstliche Intelligenz (KI) ist für die Betreiber ein widersprüchliches Thema. Zum einen verbessert sie die Kernkompetenz vieler Portale, indem sie die technischen Filterfunktionen unterstützt. KI hat laut Dethloff großes Potenzial für eine noch umfassendere Datenanalyse und -verwaltung. Zum anderen verändert KI aber auch die Suchmuster der Verbraucher grundlegend. Das könnte die Kundenbindung schwächen.

Wie man KI sinnvoll einbindet, zeigt Immoscout24, das unter den Immobilienplattformen den Spitzenwert erhielt. Eine neue KI-Suche analysiert die in Inseraten eingestellten Bilder. Das System erkennt spezifische Wohnwünsche wie Parkettboden oder eine bestimmte Küchenausstattung anhand der Fotos, ohne dass diese im Inserattext beschrieben sind. Gleichzeitig sind aber auch Fotos angebotener Objekte immer häufiger mit KI-Hilfe erstellt, etwa was Einrichtungsvorschläge angeht.

Entscheidend sei es, Nutzer überhaupt erst auf das jeweilige Portal zu locken, sagt Dethloff. „Wer erst einmal einen Vergleichsprozess durchlaufen hat, bleibt oft auf der Seite und schließt auch bereitwilliger einen Kauf ab.“ So zählt nicht nur die Auffindbarkeit in Suchmaschinen, sondern zunehmend in KI-Modellen wie ChatGPT.

Auch Experte Krisch sieht die Branche im Umbruch: „Nutzer greifen für Preisvergleiche und Empfehlungen zunehmend auf KI-Chatbots zurück.“ Die etablierten Portale müssten daher stärker um ihre Relevanz kämpfen. Es gehe darum, selbst mehr KI-Funktionen und -Datenanalysen zu inte-



INFOKASTEN

Methodik

Befragung: Servicevalue holte im Juli 2026 gut 47.000 Kundenurteile zu 351 Onlineportalen ein: „Wenn Sie alle Ihre Erwartungen, Erfahrungen und Informationen aus den letzten 24 Monaten zusammenfassen, wie bewerten Sie insgesamt folgende Onlineportale?“, lautete die Frage.

Auswertung: Die möglichen Noten reichten von 1 („ausgezeichnet“) bis 5 („schlecht“). Anbieter mit dem besten Mittelwert in ihrer Kategorie wurden von den Marktforschern als „bestes Onlineportal“ ausgezeichnet.

grieren – aber auch um Sichtbarkeit der Portale in den KI-Modellen selbst. Letztlich streben alle Plattformen nach Kundenbindung: Ziel müsse es sein, dass Kunden für ihr Anliegen direkt das entsprechende Portal aufsuchen, sagt Krisch. „Wenn man die Nutzer jedes Mal erneut über die Suchmaschinen für sich gewinnen muss, ist das sehr mühsam.“ Ein entscheidender Schritt könne es etwa sein, Nutzer in den Newsletter zu überführen. Auch der Sprung in die jeweilige App könne ein wichtiges Ziel sein. Dies gelinge vor allem den großen, etablierten Anbietern.

Diese Unternehmen haben meist auch die Ressourcen, um Nutzer mit zusätzlichen Rabatten wie Cashback-Angeboten bei Kaufabschluss zu locken. „Newcomer tun sich dagegen oft schwer, überhaupt erst mal einen Kundenstamm aufzubauen.“ Schließlich haben große Vergleichsportale oft Jahrzehnte Vorsprung. „In vielen Branchen ist der Onlinemarkt heute schon sehr verteilt“, sagt Krisch. Kleine Portale und Newcomer müssten stark auf die Nische setzen, um sich zu behaupten. Gleichzeitig weiten erfolgreiche Portale auch gezielt ihre Geschäftsfelder über das ursprüngliche Gebiet aus. Deutschlands größtes Vergleichsportal Check24 startete 1999 noch als reine Plattform für Kfz-Versicherungen.

Der Übergang von einer reinen Vergleichsplattform zu einem Marktplatz sei oft fließend, sagt Krisch. Durch eine Ausrichtung als Marktplatz könnten die Plattformen von höheren Margen und Provisionen sowie einer noch stärkeren Kundenbindung profitieren: „Der Sprung gelingt aber längst nicht immer, da den Vergleichsportalen die Erfahrung als Händler fehlt.“ ◀

Die besten Online-Portale 2026

Bestes Ergebnis in der jeweiligen Branche¹

Bestes Online-Portal		Antwortmöglichkeiten				
		1 = Der beste Händler 2 = Besser als die meisten Händler		3 = Ein guter Händler 4 = Weder noch		
		Branche	Mittelwert	Mittelwert der Kategorie	Zahl der Portale je Kategorie	
11880.com		Branchenverzeichnis	2,12	2,25	10	
Ehotel.de		Hotelbuchung	2,23	2,37	16	
Bestfewo.de		Ferienhäuser/-wohnungen	2,23	2,38	21	
Mobile.de		Gebrauchtwagen	2,23	2,38	15	
Fertighaus.de		Hausbau	2,24	2,38	13	
Immobilienscout24.de		Immobilien	2,24	2,44	18	
Stellenmarkt.de		Jobbörsen	2,24	2,41	22	
Cashsparen.de		Cashback	2,25	2,33	16	
Leasingmarkt.de		Autoleasing	2,26	2,46	15	
Sofatutor.com		Lernplattform	2,26	2,53	15	
Doctolib.de		Ärzte und Kliniken	2,27	2,35	14	
Gymondo.de		Fitness	2,27	2,38	13	
Ab-in-den-urlaub.de		Reisebuchung	2,28	2,38	18	
Studycheck.de		Weiterbildung	2,28	2,45	10	
Heizoe24.de		Heizölvergleich	2,29	2,42	7	
Deutsche-dienstrad.de		Fahrradleasing	2,29	2,37	9	
Kreuzfahrtberater.de		Kreuzfahrt	2,31	2,46	18	
Asgoodasnew.de		Generalüberholte Elektronik	2,32	2,39	10	
Immoverkauf24.de		Maklervermittlung	2,32	2,36	6	
Microsoft Teams		Videokonferenzen	2,32	2,41	9	
Myswooop.de		Elektronikankauf	2,33	2,39	7	
Tanke-guenstig.de		Tankkostenvergleich	2,33	2,39	8	
Flug.check24.de		Flugbuchung	2,34	2,44	12	
Billiger-mietwagen.de		Mietwagen	2,36	2,44	13	
Advocado.de		Rechtsberatung	2,37	2,51	10	
Carwow.de		Neuwagen	2,38	2,50	12	
Studienkreis.de		Nachhilfe	2,41	2,51	9	
Sellorado.de		Medienankauf	2,46	2,52	5	

Handelsblatt • 1) Verbraucherbefragung zu 351 Online-Portalen aus 28 Kategorien mit 47.734 Bewertungen • Quelle: Servicevalue