

Consumenten en vergelijkingssites

Hoe gebruiken consumenten vergelijkingssites, en wat verwachten consumenten van vergelijkingssites?

De AFM vindt het belangrijk dat vergelijkingssites eerlijk en transparant zijn. Consumenten maken steeds meer gebruik van online vergelijken in hun zoektocht naar een financieel product. De AFM is in 2014 dan ook gestart met het doen van onderzoek naar vergelijkingssites. Eind 2014 heeft de AFM een [toelichting](#) gegeven op de onderzoeksbevindingen.

In het verlengde van het onderzoek naar vergelijkingssites heeft uitvoerend onderzoeksbureau Gfk in opdracht van de AFM onderzoek gedaan onder 1757 consumenten, en hen gevraagd naar het feitelijk gebruik en de verwachtingen die zij hebben van vergelijkingssites. Het onderzoek werd uitgevoerd in het najaar van 2014. Respondenten binnen dit onderzoek werden gevormd door 250 recente sluiters van een zorgverzekering, 251 recente sluiters van een autoverzekering, 250 recente sluiters van een spaarproduct en 1006 financieel (mede-)beslissers. Financieel (mede-)beslissers zijn personen van 18 jaar of ouder die financiële zeggenschap in een huishouden hebben. Recente sluiters zijn personen die binnen een periode van 12 maanden het betreffende financiële product hebben afgesloten.

In dit artikel vindt u een samenvatting van de uitkomsten van het onderzoek onder consumenten. Daarbij leest u in dit artikel meer over:

- 1) De drie belangrijkste uitkomsten van het consumentenonderzoek;
- 2) Het feitelijk gebruik van vergelijkingssites door consumenten;
- 3) De verwachtingen van consumenten ten aanzien van vergelijkingssites.

1. De drie belangrijkste uitkomsten van het consumentenonderzoek

Het consumentenonderzoek kent de volgende 3 belangrijkste uitkomsten:

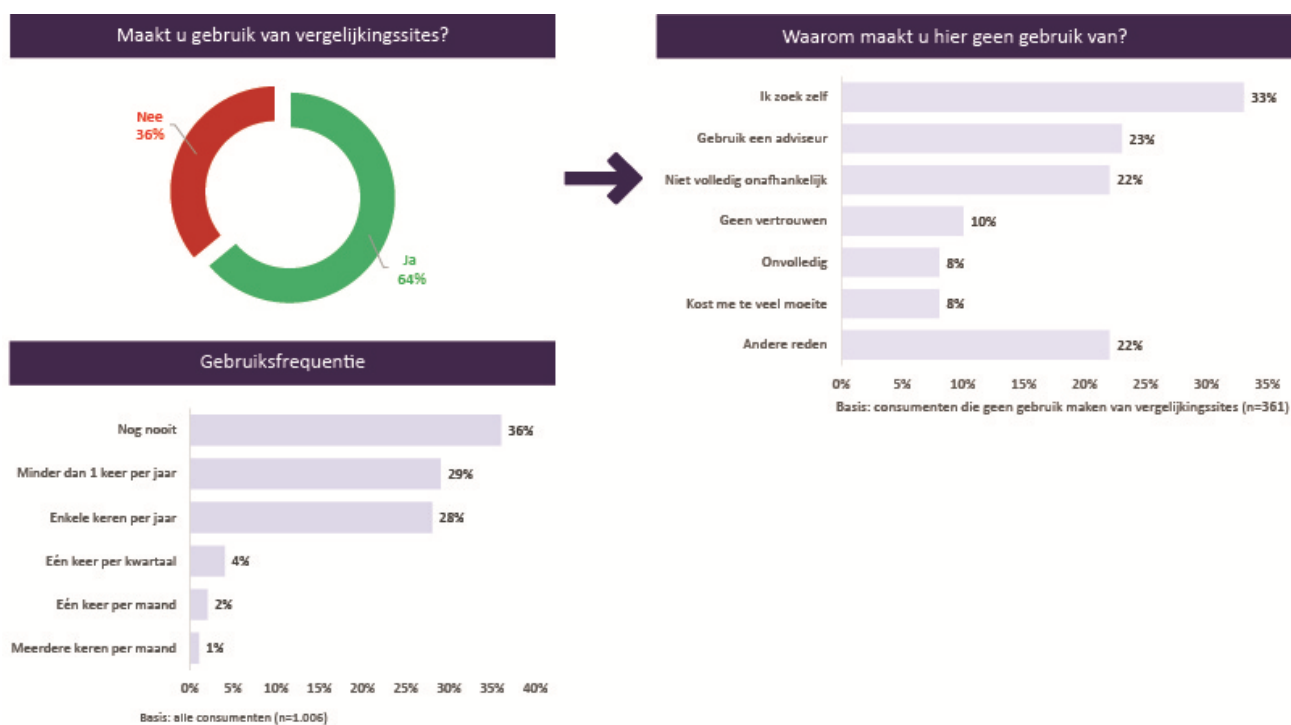
1. Vergelijkingsites hebben toegevoegde waarde voor de consument:
 - 64% van de consumenten gebruikt wel eens vergelijkingsites
 - 73% van de consumenten geeft aan dat zij een beter beeld hebben van het aanbod van financiële producten dankzij vergelijkingsites

2. Consumenten zijn realistisch over vergelijkingsites:
 - Iets meer dan de helft van de consumenten verwacht niet dat een vergelijkingsite alle aanbieders meeneemt in de vergelijking
 - Het verbaast consumenten niet dat 2 vergelijkingsites verschillende uitkomsten kunnen geven

3. Verbeterpunten in de informatieverstrekking van vergelijkingsites
 - Consumenten vinden dat vergelijkingsites niet voldoende duidelijk zijn over hun verdienmodel

2. Het feitelijk gebruik van vergelijkingsites door consumenten

Binnen het onderzoek naar het feitelijk gebruik van vergelijkingsites door consumenten, geeft het overgrote deel van de financieel medebeslissers aan dat zij maximaal enkele keren per jaar gebruik maakt van een vergelijkingsite. Slechts 7% maakt vaker dan vier maal per jaar gebruik van een vergelijkingsite. Onder recente sluiters ligt dit percentage aanzienlijk hoger. Onderstaande figuur illustreert deze uitkomsten.



Figuur 1 Het gebruik van vergelijkingssites onder consumenten

Vergelijkingssites worden met name gebruikt voor het inwinnen van algemene informatie en om inzicht te krijgen in het aanbod in de markt. Kijken we naar de productgroepen waarvoor consumenten een vergelijkingssite gebruiken, dan blijkt dat consumenten vergelijkingssites met name voor de zorg- en autoverzekering gebruiken: respectievelijk 73% en 60%. Als we kijken naar het aantal vergelijkingssites dat men raadpleegt voorafgaand aan het afsluiten van een financieel product, dan geeft 40% van de consumenten aan twee verschillende vergelijkingssites te gebruiken. Bij het afsluiten van een financieel product gebruikt 38% één vergelijkingssite.

Vergelijkingssites hebben toegevoegde waarde voor een consument. Zo geeft driekwart van de consumenten aan dat zij door het gebruik van een vergelijkingssite beter inzicht hebben in het aanbod van financiële producten in de markt. Daarnaast geeft een even groot deel van de consumenten aan dat zij door vergelijkingssites beter kunnen beoordelen welk product het beste bij hen past.

Kijken we naar de informatieverstrekking van vergelijkingssites, dan geeft een opvallend hoog percentage van de consumenten aan (57%) dat zij het niet eens is met de stelling dat

vergelijkingsites duidelijk vertellen op welke manier zij geld verdienen. In onderstaande diagram is te zien hoe consumenten hebben gereageerd op de bevroagde stellingen.



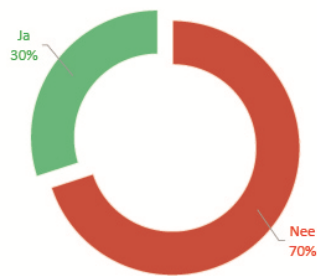
Figuur 2 Vergelijkingsites..

3. De verwachtingen van consumenten ten aanzien van vergeljkingsites

Ook hebben we consumenten gevraagd naar hun verwachtingen met betrekking tot vergeljkingsites. Wat verwachten consumenten van een vergeljkingsite wanneer we het hebben over vergoedingen, of het aantal aanbieders en producten dat wordt meegenomen in de vergeljkning (de marktdekking)?

- Een meerderheid van de consumenten (59%), verwacht niet dat een vergeljkingsite alle aanbieders meeneemt in de vergeljkning. Dit percentage ligt hoger onder recente sluiters van een autoverzekering, zorgverzekering of een spaarproduct: respectievelijk 71, 70 en 74%.
- Een meerderheid van de consumenten (70%) verbaast zich niet over het feit dat 2 verschillende vergeljkingsites een andere uitkomst tonen bij het invoeren van dezelfde variabelen. De rest (30%) geeft aan dat dit hen verbaast. Onderstaande figuur maakt de uitkomsten visueel.

Verbaast het u dat 2 verschillende sites een andere uitkomst hebben bij dezelfde situatie?



Basis: alle consumenten (n=1006)



Wat is hiervan de reden denkt u?

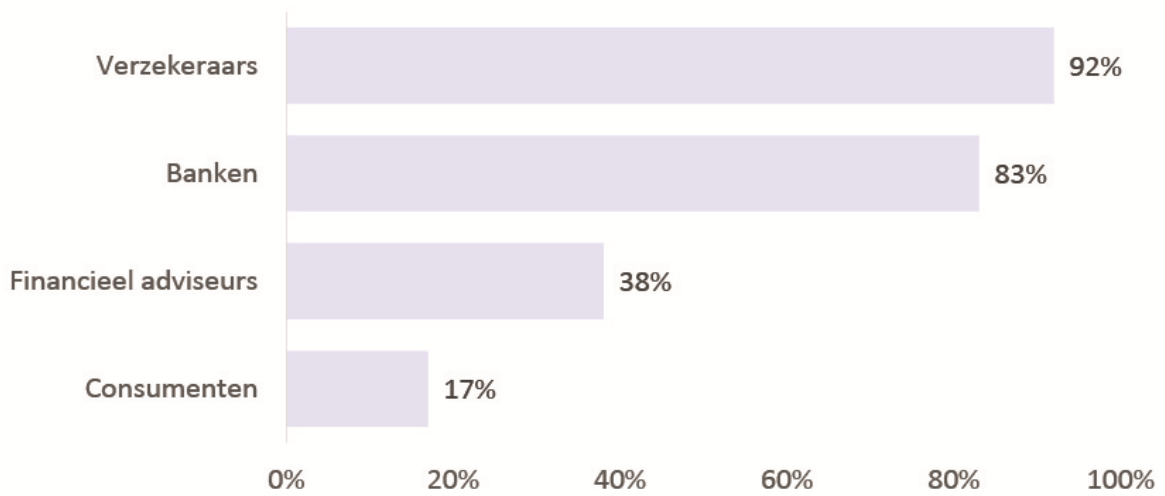


Figuur 3 Verbaast het u dat 2 verschillende vergelijkingssites een andere uitkomst hebben bij dezelfde situatie?

Consumenten zijn ook gevraagd naar hun verwachtingen over de vergoedingen die vergelijkingssites zouden ontvangen. Dit levert de volgende uitkomsten op:

- Twee derde heeft wel eens nagedacht over de vraag of een vergelijkingssite geld verdient. Los van de vraag of men hier wel eens eerder over heeft nagedacht, geeft 72% aan te verwachten dat een vergelijkingssite geld verdient. 23% geeft aan dit niet te weten, 5% geeft aan te denken dat een vergelijkingssite geen geld verdient.
- Voortbordurend op de vraag of een vergelijkingssite geld verdient, gaf het merendeel van de consumenten aan dat zij verwacht dat vergelijkingssites van banken en verzekeraars een vergoeding ontvangen. De onderstaande staafdiagram biedt een weergave van de uitkomsten.

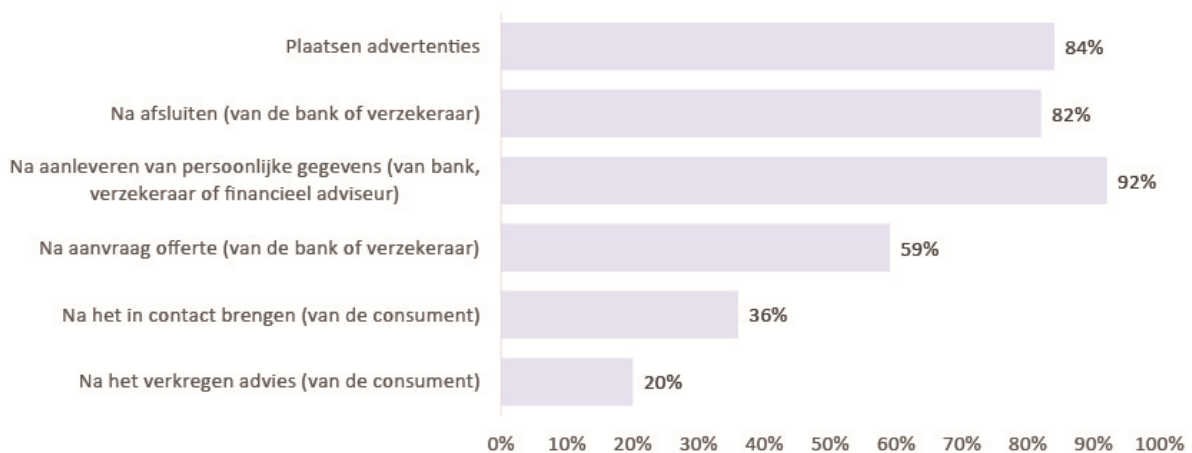
Mogelijke vergoeding



Figuur 4 Van welke personen en instellingen ontvangt een vergelijkingssite voor financiële producten volgens u geld voor de diensten die ze aanbiedt?

- Vragen we consumenten voor welke activiteiten vergelijkingssites een vergoeding ontvangen, dan geven de meeste respondenten aan te verwachten dat vergelijkingssites met name vergoedingen ontvangen voor het doorgeven van persoonsgegevens, het plaatsen van advertenties en het afsluiten van een financieel product.

Voor welke activiteiten ontvangt een vergelijkingssite een vergoeding?



Figuur 5 Voor welke activiteiten ontvangt een vergelijkingssite een vergoeding?

Vragen?

Hebt u vragen naar aanleiding van dit artikel, dan kunt u uw e-mail sturen naar:

vragen.informatieverstrekking@afm.nl.