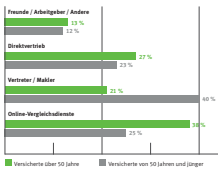
AUSGABE 01 | FEBRUAR 2010

KONSUMENTENSTIMME

FAKTEN, ZAHLEN UND HINTERGRÜNDE ZU KONSUMENTENTHEMEN VON COMPARIS.CH

2 Mobilfunk
Hohe Preise, zufriedene Kunden >



3 Kassenwechsel
Versicherte nutzen Wahlfreiheit >

4 Bankkonti
Spesen und Gebühren fressen Ertrag auf >

SCHWEIZER ONLINESHOPS MIT STÄRKEN UND SCHWÄCHEN

In der Schweiz wächst die Zahl der Internethändler immer noch stark an. Das Shop-Label von comparis.ch gibt Konsumentinnen und Konsumenten jetzt Aufschluss über die Qualität von 120 Schweizer Onlineshops.

Peter Düggeli

Foto: iStockphoto.com/pagadesign

Online-Shopping ist bequem, hat aber auch seine Tücken.

Vier von fünf Schweizer Internet-Nutzern kaufen online ein. Für ihre Einkäufe gaben sie 2008 beinahe 6 Milliarden Franken aus. Tendenz stark steigend. Experten schätzen, dass der Onlinehandel im vergangenen Jahr um 15 Prozent gewachsen ist. Diese rasante Entwicklung schlägt sich im Preisvergleich von comparis.ch nieder, wo Konsumenten aktuell die Produkte von 120 Webshops vergleichen können. 5 Millionen Medienprodukte und 10'000 Produkte aus der Unterhaltungselektronik sind zurzeit im Angebot.

Doch dem Tiefpreis-Boom und der Attraktivität zum Trotz: Onlineshopping hat als Verkaufskanal auch seine Tücken. Deshalb stehen viele dem Einkauf im Internet immer noch skeptisch gegenüber. Für comparis.ch Grund genug, die Dienste der Webshops, deren Preise sich auf www.comparis.ch vergleichen lassen, zu bewerten.

Aus Kundensicht wurden Kriterien wie Bestellvorgang, Lieferservice, Konsumentenrecht, Zahlungsarten und Transparenz untersucht. Das Resultat: Etwas mehr als die Hälfte der Shops erreichte auf der Skala von 1 (ungenügend) bis 6 (sehr gut) eine Note zwischen 5 und 6. Diese Shops wurden mit dem neuen Shop-Label von comparis.ch ausgezeichnet. 50 Internethändler erreichten eine Note zwischen 4 und 5. Drei Shops haben ungenügend abgeschnitten.

Verglichen mit früheren Bewertungen fällt auf, dass die Webshops kundenfreundlicher und transparenter geworden sind. Ungenügend schneiden Onlinehändler hingegen bei den Zahlungsarten ab: Nur ein Viertel liefert die Ware gegen Rechnung aus. Die Kreditkarte ist das gängigste Zahlungsmittel im Webhandel. Doch es gibt immer noch viele Konsumenten, die sich aus Sicherheitsbedenken weigern, im Internet ihre Kreditkartennummer anzugeben. Dieser potenziellen Kundschaft bieten die Onlinehändler derzeit keine Alternative.

Widerrufsrecht wird zur Norm

Bemerkenswert ist die Entwicklung beim Widerrufsrecht. Dieses ist in der Schweiz – im Vergleich zur EU – im Onlinehandel nicht gesetzlich verankert. Ein parlamentarischer Vorstoss der Berner SP-Ständerätin Simonetta Sommaruga, das Widerrufsrecht auch für den Onlinehandel auf gesetzlicher Ebene zu verankern, scheiterte letzten Herbst. Auch ohne gesetzliche Grundlage gewährt bereits die Hälfte der Webshops den Konsumenten das Recht, innert einer bestimmten Frist ohne Nennung von Gründen vom Kauf zurückzutreten. Die Shop-Bewertung von comparis.ch hat in der Branche einiges bewegt: Viele Webshops haben ihre AGB sofort angepasst und sind dadurch kundenfreundlicher geworden.

Branche begrüsst Bewertung

Die überwiegende Mehrheit der Branche begrüsst die Bewertung von comparis.ch. Für Patrick Kessler, Präsident des Verbands des Schweizerischen Versandhandels (VSV), sind Bewertungen von Webshops notwendig. «Aus Konsumentensicht finde ich die Initiative von comparis.ch, eine Shop-Bewertung durchzuführen, sehr lobenswert», sagt er. Er würde es allerdings begrüssen, wenn die Kunden die Shops auch selber bewerten könnten. Denn der neue Kunde schenke dem erfahrenen Kunden am meisten Glauben. comparis.ch prüft die Rückmeldungen und wird dieses Jahr eine neue Bewertung durchführen. •

HANDYKUNDEN FRÖNEN EINER ZU TEUREN LEIDENSCHAFT

Wer in der Schweiz mit einem Handy telefoniert, ist mit dem Anbieter im Grossen und Ganzen zufrieden, zahlt dafür aber einen hohen Preis. Eine Erhebung des Internet-Vergleichsdiensts comparis.ch zeigt, dass ein Sparpotenzial von fast 2 Milliarden Franken pro Jahr brach liegt.
Gabi Lämmli

Foto: iStockphoto.com/vm's

Wer mit dem Handy telefoniert, zahlt in den meisten Fällen zu viel.

In der Schweiz gibt es mehr Mobiltelefone als Einwohner. Dass man immer und überall erreichbar ist, hat seinen Preis, wie Berechnungen von comparis.ch zeigen. 9 von 10 Schweizerinnen und Schweizer telefonieren mit viel zu teuren Preisplänen. Nur gerade 4 Prozent der Handykunden telefonieren tatsächlich mit dem für sie günstigsten Produkt. Basis für die Berechnungen ist eine Umfrage unter 5810 Benutzern von comparis.ch. Diese wurden online zu ihrem Mobilfunkanbieter, Produkt und Nutzungsverhalten befragt.

Sparpotenzial in Milliardenhöhe

Würden die Schweizer Handykunden – Geschäftskunden ausgenommen – den für sie optimalen Preisplan wählen, könnten sie pro Jahr 1,9 Milliarden Franken sparen. Dass das Sparpotenzial auch in Zukunft nicht ausgeschöpft wird, zeigt sich in der geringen Bereitschaft zum Wechsel. Nur gerade 15 Prozent gaben an, zu einem anderen Anbieter wechseln zu wollen. Ein Abowechsel wird dadurch erschwert, dass viele Kunden gar nicht wissen, wann sie ihren Vertrag kündigen können. «Fragen die Kunden beim Anbieter nach, bis wann sie kündigen können, erhalten sie oft keine genaue Antwort», weiss Ralf Beyeler, Telecom-Experte bei comparis.ch. Zwar könne man per Einschreiben kündigen, häufig würden die Anbieter aber unter fadenscheinigen Gründen versuchen, den Kunden zu überzeugen, dass die Kündigung ungültig sei. Stossend und wenig kundenfreundlich ist gemäss Beyeler die Regelung, dass sich der Vertrag automatisch um ein Jahr verlängert, wenn man den Vertrag nicht rechtzeitig kündigt.

Die fehlende Bereitschaft, sich für ein Prepaid-Produkt zu entscheiden, ist mit ein Grund, dass das Sparpotenzial nicht ausgeschöpft wird. Drei Viertel der Kunden würden mit einem günstigen Prepaid-Angebot von Aldi oder Coop am besten fahren. Erstaunlich: Auch für Kunden, die das mobile Internet nutzen, ist ein Abo in den wenigsten Fällen die günstigste Wahl. Experte Beyeler vermutet, dass man Abos häufig aus Bequemlichkeit hat. Nur so lasse sich erklären, warum immer noch 60 Prozent aller Kunden ein Abo haben.

Günstige Angebote mit Spitzennoten

Die Umfrageteilnehmer gaben auch Auskunft, wie zufrieden sie mit ihrem Handyanbieter sind. Die Kundenzufriedenheit wurde mit Noten zwischen 1 und 6 bewertet. Wie bei den Schulnoten entspricht 4 einem «genügend» und 5 einem «gut». Gefragt wurde nach der Gesprächsqualität, Netzabdeckung, Übersichtlichkeit der Kundeninformationen, Kompetenz und Freundlichkeit der Hotline und Wartezeit bei derselbigen. Auch der Preis wurde bewertet. Von den neun bewerteten Anbietern haben fünf eine genügende, vier sogar eine gute Note erreicht. Am besten abgeschnitten hat mit 5,4 Migros M-Budget, gefolgt von Aldi und Yallo – alles relativ günstige Prepaid-Produkte. Erst auf Rang vier, aber immer noch mit einer 5, findet sich mit Swisscom die Marktführerin, die sowohl Prepaid- als auch Aboprodukte anbietet. Sunrise und Orange erhielten eine 4,5 respektive 4,4. •

Weitere Informationen unter
www.comparis.ch/telecom/mobile.aspx

Orange-Sunrise: Konsumenten bleiben auf der Strecke

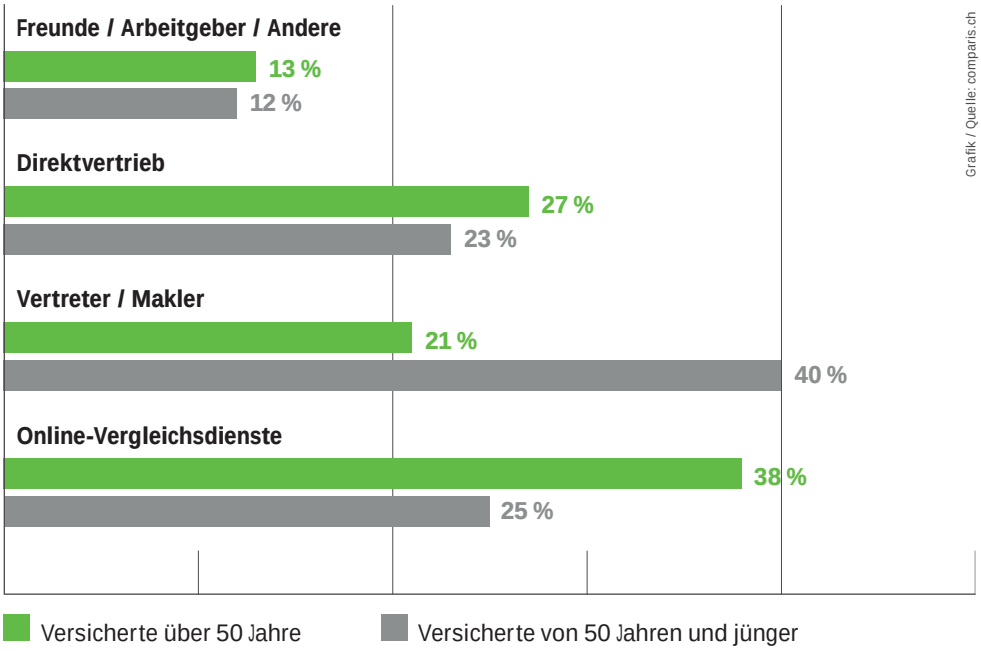
Ralf Beyeler, Telecom-Experte comparis.ch

Ende November 2009 gaben die Telecomanbieter Orange und Sunrise bekannt, dass sie sich zusammenschliessen wollen. Die Wettbewerbskommission (Weko) muss der Fusion allerdings noch zustimmen. Die grossen Verlierer der Fusion sind die Kunden. Neben dem neuen Anbieter betreibt nur noch Swisscom ein Mobilfunknetz in der Schweiz. Es ist unwahrscheinlich, dass mit nur zwei Anbietern mehr Wettbewerb entstehen wird. Genauso unwahrscheinlich ist, dass ein neuer Anbieter ein eigenes Mobilfunknetz aufbauen wird. Die Investitionen von rund 10 Mrd. Franken sind zu hoch und das Gewinnen von neuen Handykunden ist in der Schweiz schwierig. Es gibt zwar Anbieter, die als virtuelle Mobilfunk-Provider tätig sind, doch benötigen diese Zugang zu einem bestehenden Mobilfunknetz. Anders als im Festnetz gibt es im Mobilfunk keine Verpflichtung, dass andere Anbieter das Netz zu regulierten Preisen nutzen dürfen. Die Netzbetreiber haben damit einen erheblichen Einfluss auf die Konditionen der virtuellen Mobilfunk-Provider. Die Schweizer werden also auch in Zukunft massiv mehr für die Handynutzung bezahlen als im übrigen Europa. •

VERSICHERTE NUTZEN IHRE WAHLFREIHEIT IMMER MEHR

Versicherte nutzen die Wahlfreiheit des schweizerischen Krankenkassensystems. Durch die Kassenwechsel steigt der Druck auf die Krankenkassen, möglichst günstig zu arbeiten. Das dämpft den Anstieg der Gesundheitskosten.

Jonas Grossniklaus



Grafik / Quelle: comparis.ch

Krankenkasse: Wechselkanäle nach Altersgruppen

Zunehmend mehr ältere Versicherte haben die Krankenkasse gewechselt. Dies zeigt eine repräsentative Umfrage im Auftrag von comparis.ch.* Mit 54 Prozent ist der Anteil der Wechsler bei den 51- bis 60-Jährigen von allen Altersgruppen im Vergleich zum Vorjahr am stärksten gestiegen. Der Wettbewerb unter den Krankenkassen beschränkt sich somit nicht auf die jungen, gesunden Versicherten, die so genannten «guten Risiken».

Insgesamt hat jeder vierte Versicherte in der Schweiz auf das Jahr 2010 hin seine Krankenkasse optimiert: 15,4 Prozent der Befragten haben dabei angegeben, per 1. Januar 2010 die Krankenkasse gewechselt zu haben. Weitere 11,2 Prozent der Befragten sind ihrer Kasse treu geblieben, haben aber durch einen Wechsel des Versicherungsmodells und/oder der Franchise ihre Krankenkasse optimiert.

Zwei Drittel der Interessenten wechseln

Dass so viele Versicherte ihre Krankenkasse optimieren, zeigt: Die Versicherten kennen das Krankenkassensystem und wollen ihre Wahlfreiheit aktiv nutzen. Das belegt auch die Tatsache, dass fast zwei von drei Versicherten, die angaben, sich für einen Wechsel zu interessieren, diesen auch vollzogen haben.

Für den Wechsel von älteren Versicherten spielen Online-Vergleichsdienste eine wichtige Rolle. Fast 40 Prozent der Versicherten über 50 Jahre wechselt über diesen Kanal. Ganz anders sieht es bei den jungen Versicherten aus, den so genannten «guten Risiken»: Die meisten Versicherten der Altersgruppe bis 50 Jahre wechseln den Anbieter via Krankenkassen-Vertreter oder Makler.

Vergleichsdienste beliebteste Infoquelle

43 Prozent aller Befragten, die einen Wechsel in Betracht gezogen haben, informierten sich bei Online-Vergleichsdiensten über einen möglichen Kassenwechsel. Kein anderer Informationskanal wird häufiger genannt. Das ist gut für die Versicherten: Wer via Vergleichsdienst wechselt, spart im Durchschnitt über 60 Prozent mehr als Versicherte, die via Makler oder Vertreter wechseln. Aber auch für die Kostenseite sind Online-Vergleichsdienste interessant: Die Informationen werden den Konsumenten vollautomatisch zur Verfügung gestellt. So fallen keine Kosten an, wenn sich Versicherte eine Übersicht über die Prämien verschaffen. Allein das telefonische Bestellen einer Offerte verursacht gemäss Angaben der Krankenkassen sonst Kosten in Höhe von 100 Franken. Ähnlich günstig wie über Online-Vergleichsdienste sind Informationen höchstens noch auf den Websites der Krankenkasse zu haben. Allerdings erhält der Konsument dort nie einen vollständigen Überblick und oft auch nicht das gewünschte Versicherungsmodell und die gewünschte Franchise. So besteht gemäss K-Tipp vom 14. Oktober 2009 auf den Krankenkassen-Websites immer die Gefahr des so genannten «Upsellings»: Anstatt einer Grundversicherung wird gleich auch noch eine Zusatzversicherung verkauft.

Wettbewerb senkt Kosten für alle

Aufgrund der zahlreichen Kassenwechsel werden vielerorts die administrativen Kosten eines Wechsels betont. Vergessen wird dabei aber: Für viele Familien spielt es eine erhebliche Rolle, ob sie monatlich 500 Franken mehr zur Verfügung haben oder nicht. Zudem werden durch die Wahlfreiheit die Krankenkassen gezwungen, möglichst tiefe Prämien anzubieten. Die Folgen für die Kassen sind klar: Sie müssen die bestmöglichen Tarife für ihre Versicherten aushandeln und selber – wie es das Krankenversicherungsgesetz vorsieht – möglichst effizient arbeiten.

Dass der Druck auf die Krankenkassen Wirkung zeigt, lässt sich an den Verwaltungskosten aufzeigen. Diese sind um ein Drittel von 8,6 Prozent des Prämienvolumens im Jahr 1996 auf aktuell 5,8 Prozent gesunken. Auch bei den Preisen für medizinische Leistungen, also den eigentlichen Gesundheitskosten, zeigt der Wettbewerbsdruck Wirkung. Gemäss Tages-Anzeiger vom 4. November 2009 muss beispielsweise die Suva bis zu 10 Prozent höhere Tarife für die gleichen Leistungen bezahlen wie die Krankenkassen. Und im Verhältnis zum Prämienvolumen sind die Verwaltungskosten bei der Suva doppelt so hoch wie bei den Krankenkassen. •

* Im Auftrag von comparis.ch befragte das Marktforschungsinstitut GfK in Hergiswil zwischen Ende November und Mitte Dezember 2009 6000 Personen in allen Landesteilen.

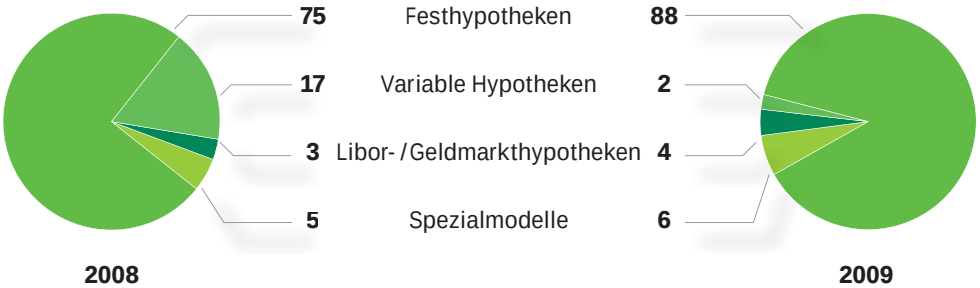
GEBÜHREN FRESSEN ZINSERTRAG AUF

Foto: iStockphoto.com/skynesher

Wer sein Geld auf die Bank bringt, weiss es nicht nur sicher vor Dieben, sondern profitiert auch von den darauf anfallenden Zinsen. Verschiedene Gebühren für Bargeldbezüge, Zahlungsverkehr, Porto für Kontoauszüge etc. können die Zinsgewinne aber regelrecht auffressen. Im schlimmsten Fall haben die Kundinnen und Kunden am Ende des Jahres weniger Geld als zu Beginn. comparis.ch hat die Zinsen und Gebühren der bedeutendsten Banken (Bank Coop, Credit Suisse, Migros Bank, Postfinance, Raiffeisen, UBS und Zürcher Kantonalbank) genauer unter die Lupe genommen. Die Berechnungen für das Profil eines Bankkunden mit einem Sparguthaben von 20'000 Franken und 7'000 Franken auf dem Privatkonto zeigen, dass dieser Kunde am günstigsten bei einem Institut fährt, das keine Bank ist: bei der Postfinance. Beim teuersten Anbieter dagegen legt der Kunde sogar noch drauf. (läm) •

Weitere Informationen unter
www.comparis.ch/konsumentenstimme

Hypothekarzinsen weiterhin auf historischem Tief



Grafik / Quelle: comparis.ch

Nachfrage nach Hypothekarmodell in Prozent

Was für ein Jahr: 2009 zeichnete sich in puncto Hypotheken vor allem durch aussergewöhnlich tiefe Zinsen aus. Nach den dramatischen Zinsstürzen im Herbst 2008 und der Hektik zu Beginn des Jahres 2009 blieben die Zinsen das ganze Jahr über konstant tief. Dies geht aus dem Hypotheken-Barometer von comparis.ch hervor, das quartalsweise veröffentlicht wird. Ein Beispiel: Der durchschnittliche Zinssatz für eine Festhypothek mit einer Laufzeit 5 Jahre hatte im letzten Quartal 2009 einen Wert von 2,6 Prozent. Festhypotheken über 10 Jahre kosteten durchschnittlich 3,4 Prozent. Aufgrund der tiefen Zinsen verwundert es nicht, dass im vierten Quartal 2009 einmal mehr die Festhypotheken die Nachfrage beherrschten. 85 Prozent der Interessenten in der Hypotheken-Börse von comparis.ch interessierten sich für diese Form der Finanzierung von Wohneigentum. (läm) •

Weitere Informationen unter
www.comparis.ch/konsumentenstimme

Neuer Trend: Live-Shopping

Ein neuer Tag, ein neues Produkt. Das Konzept des Live-Shoppings findet immer mehr Anklang. Gudi.ch, daydeal.ch oder schlagzu.ch sind nur drei von aktuell über einem Dutzend Anbietern. Der Vorteil für die Konsumenten: Die Preise sind tief, die Chancen auf ein Schnäppchen gross, wie eine Analyse von comparis.ch zeigt. Oft liegen die Angebote bis zu 70 Prozent unter dem Richtpreis, und in der Regel sind sie auch deutlich günstiger als «normale» Webshop-Produkte. Elektro- und Haushaltgeräte werden ebenso angeboten wie Kleider, Spiele und andere Unterhaltungsmedien. Auch Kurioses schafft es ins virtuelle Regal. In Deutschland, wo sich Live-Shopping mit über 100 Anbietern etabliert hat, locken auch grosse Unternehmen wie Lidl oder T-Online täglich mit neuen Schnäppchen. Wohl eine Frage der Zeit, bis sich dies auch in der Schweiz durchsetzt. (pd) •

Internet für Konsumenten immer wichtiger

Internet-Vergleichsdienste erfreuen sich bei Konsumenten zunehmender Beliebtheit Eine repräsentative Umfrage des Marktforschungsinstituts GfK Anfang Dezember 2009 zeigt: 44 Prozent der Internet-User nutzen solche Vergleiche oft oder ab und zu. Das entspricht 1,6 Millionen Schweizerinnen und Schweizern. Die Nutzung des Internets als Informationsquelle ist je nach Produktkategorie unterschiedlich. Gerade für Angebote von Banken, Versicherungen und Krankenkassen informieren sich die Konsumenten gern online. Das Internet als Informationsquelle liegt in diesen Sparten bereits gleichauf mit dem klassischen Verkaufsberater: 28,7 Prozent informieren sich im Netz, 28,3 Prozent holen sich ihre Informationen beim Berater – so die Studie «Media Use Index 2009» der Agenturgruppe Young & Rubicam. (chs) •

Impressum

Herausgeber
comparis.ch
Stampfenbachstrasse 48
CH-8006 Zürich
© 2010 comparis.ch
Redaktion
Ralf Beyeler, Peter Düggeli, Jonas Grossniklaus, Gabi Lämmli, Christian Schmelter

Telefon: +41 (0)44 360 52 62
Telefax: +41 (0)44 360 52 72
www.comparis.ch/konsumentenstimme
redaktion@comparis.ch