



Vergleichsportale – zwischen Kaufhilfe und lukrativem Geschäftsmodell

Vergleichsportale sind für viele Verbraucherinnen und Verbraucher der erste Schritt beim Online-Einkauf. Sie versprechen den günstigsten Preis und das kostenlos. Doch wie verdienen sie damit ihr Geld? Und zeigen sie wirklich das beste Angebot für die Verbraucherinnen und Verbraucher an? Bereits 2019 hat das Bundeskartellamt im Rahmen einer Sektoruntersuchung zahlreiche Problemfelder bei den Vergleichsportalen festgestellt, darunter irreführende Angaben, Transparenzverstöße oder Schleichwerbung.

Die Schülerinnen und Schüler entdecken das Geschäftsmodell der Vergleichsportale und mögliche Fallstricke spielerisch durch ein digitales Medium. Dabei schlüpfen sie in die Rolle von Ermittlerinnen und Ermittler des Bundeskartellamtes, deren Aufgabe es in dem Spiel ist, alle „Tricks“ der fiktiven PreisJäger GmbH aufzudecken. Anschließend lernen sie zu unterscheiden, welche Angaben ggf. nur unfair und welche tatsächlich verboten sind. Am Ende der Unterrichtseinheit entwickeln sie einen Leitfaden zum sicheren Umgang mit Vergleichsportalen.

Überblick

Themenbereich	Haushalt, Konsum & Geld
Vorwissen	Knappheit, Konsumentensouveränität, Preisbildung
Zeitbedarf	2 Unterrichtsstunden
Methode	Blitzlicht
Kompetenzen	Die Schülerinnen und Schüler ... ◆ analysieren Mechanismen der Vergleichsportale anhand eines digitalen Mediums. ◆ überprüfen, ob diese Mechanismen laut Gesetz erlaubt sind. ◆ entwickeln einen Maßnahmenkatalog zum sicheren und kompetenten Umgang mit Vergleichsportalen.
Schlagworte	Informationsasymmetrie, Affiliate-Vertrag, Principal-Agent-Problem
Autor/in	Fabian Bagutzki
Redaktion	Institut für Ökonomische Bildung (IÖB)
Produktion	Nina Höffken grafik + webdesign, 2026

Vergleichsportale – (k)eine Einkaufshilfe?

Vergleichsportale agieren in einem Dreiecksverhältnis aus Verbraucherinnen und Verbraucher, Portal und Anbieter. Für die Nutzenden ist die Suche in der Regel kostenlos. Dabei finanziert sich ein Vergleichsportal überwiegend im Rahmen von Affiliate-Verträgen über Provisionen der gelisteten Anbieter, die z. B. bei einem tatsächlichen Vertragsabschluss fällig werden oder auch nur beim Klick auf den Link. Nach einer Sektoruntersuchung des Bundeskartellamts, bei der Reisen, Energie, Versicherungen, Telekommunikation und Finanzen untersucht wurden, stammen über 90 Prozent der Einnahmen aus solchen Provisionen. Daraus folgt ein struktureller Interessenkonflikt: Die Portale verdienen am meisten, wenn sie Angebote mit hoher Provision vermitteln und nicht zwingend die für die Kundinnen und Kunden günstigsten. Kostenlos bedeutet daher nicht neutral. Ökonomisch handelt es sich hier um ein Problem **unvollkommener Information**. Der Verbraucher kennt zunächst weder den vollständigen Endpreis (Versand, Zusatzkosten) noch die Kriterien, nach denen das Ranking zustande kommt. Hinzu kommt das **Principal-Agent-Problem**: Die Portale agieren hierbei als „Agenten“ für zwei verschiedene „Prinzipale“ (Verbraucherinnen/Verbraucher und Werbekunden), deren Interessen stark miteinander im Konflikt stehen. Die Sektoruntersuchung bestätigte, dass Nutzerinnen und Nutzer regelmäßig nicht darüber aufgeklärt werden, wie stark Provisionen das Ranking beeinflussen und diesen Faktor auch nicht abschalten können.

Ein zweiter Befund betrifft die **Marktabdeckung**: Ein Vergleich ist nur so aussagekräftig wie die Menge der einbezogenen Anbieter. In einzelnen Branchen, z. B. bei Versicherungen oder Hotels, fehlten wichtige Anbieter, weil sie teilweise nicht bereit waren, eine entsprechende Provision zu zahlen. Dies verzerrt aber das Bild des besten Angebotes. Über die reine Information hinaus nutzen manche Portale gestalterische Mittel, sogenannte **Dark Patterns**, die gezielt kognitive Verzerrungen ansprechen. So werden vermeintlich günstige Endpreise im Ranking ganz oben platziert, diese erhalten die Nutzerinnen und Nutzer aber nur nach Abschluss eines kostenpflichtigen Abos. Bei vorausgewählten Zusatzleistungen bauen die Vergleichsportale auf den **Default-Effekt**. Er beschreibt die Tendenz, Voreinstellungen nicht zu ändern. Diese Muster lenken die Entscheidung weg von einer rationalen Preis-Leistungs-Abwägung hin zu einem schnellen, für den Anbieter profitableren Kauf. Die Untersuchung des Bundeskartellamtes benannte sieben Problemfelder, unter anderem provisionsabhängige Rankings, unzureichende Marktabdeckung, irreführende Knappheitshinweise und Schleichwerbung. Alle diese Mechanismen wurden überwiegend als Verstöße gegen das Lauterkeitsrecht eingestuft. Neben dem Mangel an Transparenz wurden den Vergleichsportalen zum Teil eine Irreführung der Nutzenden und verdeckte Werbung vorgeworfen. Jedoch darf das Bundeskartellamt im Verbraucherschutz seit 2017 zwar Sektoruntersuchungen durchführen, einzelne Verstöße aber nicht selbst per Verfügung abstellen. Für die Durchsetzung des Verbraucherrechts sind weiterhin Gerichte zuständig, die vor allem durch Abmahnungen und Unterlassungsklagen von Verbraucherzentralen oder Mitbewerbern eingeschaltet werden.

Mit der UWG-Reform vom 28. Mai 2022 (Umsetzung der Omnibus-Richtlinie (EU) 2019/2161) wurde in § 5b Abs. 2 UWG eine ausdrückliche Ranking-Transparenzpflicht eingeführt: Wer Verbraucherinnen und Verbrauchern die Suche nach Angeboten verschiedener Anbieter ermöglicht, also gerade Vergleichsportale, muss die Hauptparameter des Rankings und deren relative Gewichtung leicht zugänglich preisgeben. Der Einfluss von Provisionen bzw. bezahlte Platzierungen sind damit offenzulegen. Eine verdeckte Werbung in Suchergebnissen ist unzulässig. Unwahre oder täuschungsgerechte Angaben (etwa erfundene Knappheit) sowie das Vorenthalten wesentlicher Informationen, wie z. B. des Gesamtpreises, sind verboten. Für kostenpflichtige Zusatzleistungen wird eine ausdrückliche Vereinbarung vorausgesetzt. Im elektronischen Geschäftsverkehr wird eine solche Vereinbarung nur wirksam, wenn sie nicht durch eine Voreinstellung herbeigeführt wird. Das OLG Karlsruhe bestätigte dies 2025 und erklärte einen vorausgewählten kostenpflichtigen Express-Versand für unzulässig.

Diese Transparenzhinweispflicht ist zwar ein Fortschritt, löst das Grundproblem aber nur teilweise: Die Hinweise sind oft klein, weit unten auf der Seite oder hinter Links versteckt. Zudem sind sie teilweise so allgemein formuliert, dass sie keine wirkliche Aussagekraft haben. Darüber hinaus erfahren die Nutzerinnen und Nutzer wesentliche Angaben, wie z. B. Versandkosten oder Rücknahmeregeln erst am Ende des Bestellprozesses. Insgesamt helfen die Vorschriften vor allem kompetenten Nutzerinnen und Nutzern, die die Hinweise finden und auch kritisch einordnen können.

Literaturhinweise:

Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz (2026): Digitaler Verbraucherschutz – Online-Plattformen. Zu finden unter: https://www.bmjbv.de/DE/themen/verbraucherschutz/digitaler_verbraucherschutz/onlineplattformen/onlineplattformen.html

Verbraucherzentrale (2025): Vergleichsportale richtig nutzen: So finden Sie das beste Angebot, Verbraucherzentrale Bundesverband (Hrsg.), Berlin. Zu finden unter: <https://www.verbraucherzentrale.de/wissen/digitale-welt/onlinehandel/vergleichsportale-richtig-nutzen-so-finden-sie-das-beste-angebot-39545>

Bundeskartellamt (2019): Verbraucherrechtlicher Handlungsbedarf bei Vergleichsportalen, Schriftenreihe – Wettbewerb und Verbraucherschutz in der digitalen Wirtschaft, Bundeskartellamt (Hrsg.), Bonn. Zu finden unter: https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Publikation/DE/Schriftenreihe_Digitales/Schriftenreihe_Digitales_5.pdf?__blob=publicationFile&v=4

Bundeskartellamt (2019): Sektoruntersuchung Vergleichsportale – Bericht, Bundeskartellamt (Hg.), Bonn. Zu finden unter: https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Publikation/DE/Sektoruntersuchungen/Sektoruntersuchung_Vergleichsportale_Bericht.pdf?__blob=publicationFile&v=4

Europäisches Verbraucherzentrum Deutschland (2026): Dark Patterns: Wie Internetseiten unser Nutzerverhalten manipulieren, Kehl. Zu finden unter: <https://www.evz.de/themen/einkaufen-digitales/online-handel/dark-patterns/>

Unterrichtsverlauf

Zeit	Phase	Inhalte	Materialien	Tipps / Hinweise
1. Unterrichtsstunde: Die Preisjäger GmbH – Unterstützer oder unfairer Akteur?				
5'	Einstieg I	Die SuS äußern sich in einem Blitzlicht zu ihren Erfahrungen mit Vergleichsportalen.	M1 Checkt man hier wirklich alles?	Unterrichtsgespräch Methode: Blitzlicht
25'	Erarbeitung I	Die SuS lernen mithilfe eines digitalen Mediums die Funktionsweisen und Mechanismen von Vergleichsportalen kennen.	Interaktive Anwendung: Vergleichsportale: Voll vertrauenswürdig oder voll dubios?	Einzel- oder Partnerarbeit; Der Link zur digitalen Anwendung wird durch die Lehrkraft bereitgestellt.
10'	Sicherung I	Die SuS erläutern eine Auswahl der Tricks der Preisjäger GmbH aus der Fallakte am Ende des Spiels in einem Satz. Anschließend gleichen sie ihre Ergebnisse im Plenum ab.	M2 Die Tricks der Preisjäger GmbH	Einzelarbeit und Plenum Eine erste Sicherung erfolgt im digitalen Medium. Dieser Schritt soll sicherstellen, dass auch die abstrakteren Vorgehensweisen von den SuS verstanden worden sind.
5'	Diskussion	Die SuS nehmen zur Frage Stellung, ob Vergleichsportale nützliche Helfer beim Online-Einkauf sind.	M2 Die Tricks der Preisjäger GmbH	Unterrichtsgespräch
2. Unterrichtsstunde: Wie man Vergleichsportale sinnvoll und sicher nutzen kann				
2'	Einstieg II	Die SuS werden mit einer Fallsituation konfrontiert und erklären das Kernproblem.	M3 Der VZBZ klagt an.	Unterrichtsgespräch
23'	Erarbeitung II und Sicherung II	Die SuS überprüfen, welche Mechanismen der Preisjäger GmbH nur moralisch verwerflich und welche juristisch untersagt sind. Sie präsentieren ihre Ergebnisse vor der Klasse und halten die Ergebnisse auf einer Sicherungsmatrix fest.	M4 Erlaubt, verboten oder kommt es darauf an? Arbeitsblatt 1: Der Ampel-Check	Gruppenarbeit und Plenum Differenzierung: Bei schwächeren Lernenden sollten die Gesetzestextauszüge vorgegeben werden. Entsprechende Hinweise finden sich in den Lösungshinweisen.
10'	Transfer I	Die SuS überprüfen, ob die seit 2022 rechtlich vorgeschriebenen Transparenzhinweise ausreichen, um den Empfehlungen der Vergleichsportale vertrauen zu können und vergleichen ihre Ergebnisse im Plenum.	Arbeitsblatt 2: Mehr Transparenz – reicht das?	Partnerarbeit und Plenum
10'	Transfer II	Die SuS entwickeln eine Handreichung für die sichere Nutzung von Vergleichsportalen	Arbeitsblatt 3: Wie man Vergleichsportale sicher nutzt	Gruppenarbeit Bei der Gestaltung können verschiedene Formen gewählt werden: Ein Flyer, ein Plakat oder ein Social-Media-Post.

Bedeutung der Symbole



Dieses Symbol findest du auf den Arbeitsblättern. Die dort gestellten Aufgaben kannst du direkt auf dem Arbeitsblatt lösen.



Der Schlüssel zeigt dir an, dass es für diese Aufgabe eine Hilfestellung gibt. Wende dich bei Bedarf an deine Lehrkraft.



Der Stern weist dich darauf hin, dass diese Aufgabe etwas schwieriger ist oder eine Zusatzaufgabe darstellt.



Der Wegweiser gibt an, dass du hier zwischen unterschiedlichen Arbeitsblättern, Aufgaben oder auch Sozialformen (Einzel-, Partner- oder Gruppenarbeit) wählen kannst. Deine Wahl kannst du ganz nach deinem Interesse bzw. Leistungsstand treffen.



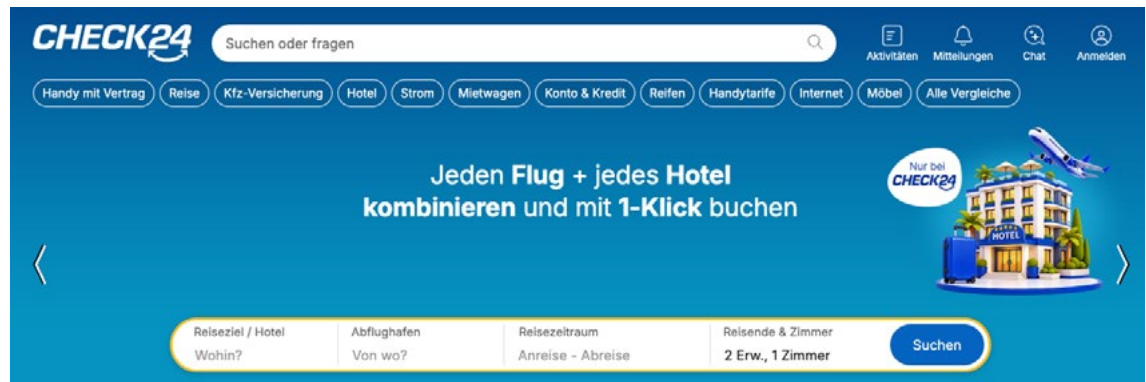
Diese Symbole zeigen dir an, dass du die Aufgabe zusammen mit einem oder mehreren Mitschülerinnen bzw. Mitschülern bearbeiten sollst. Dabei könnt ihr euch untereinander austauschen und so als Team an einer gemeinsamen Lösung arbeiten.



Das Ausrufezeichen weist dich auf eine wichtige Information oder einen Merksatz hin.

M1

Checkt man hier wirklich alles?



Quelle: <https://www.check24.de/>

Auf dieser Internetseite kannst du z. B. die Preise für Smartphones, Handytarife, Stromverträge oder Hotels miteinander vergleichen.



Vergleichsportale: Voll vertrauenswürdig oder voll dubios?

In diesem digitalen Spiel ermittelst du im Auftrag des Bundeskartellamts. Im Visier: Das Vergleichsportal Preisjäger. Es soll mit unlauteren Praktiken arbeiten und diese gilt es nun zu entlarven. Deine Aufgabe ist es, die notwendigen Beweise zu sichern. Aber aufgepasst: Jeder Klick auf einen falschen Beweis überschreibt einen richtigen!

Aufgaben

1

Die im Screenshot dargestellte Internetseite (M1) wirbt damit, das größte Vergleichsportal Deutschlands zu sein. Und du? Checkst du dort auch schon alles oder welche Erfahrungen hast du mit anderen Vergleichsportalen gemacht? Teile deine Erfahrungen in einem Blitzlicht.



2

Spiele die digitale Anwendung und kläre im Anschluss offene Fragen im Plenum.

M2

Die Tricks der PreisJäger GmbH

Fallakte

Verdächtiges Unternehmen: PreisJäger GmbH

Vorwurf: Einsatz unfairer Tricks auf dem Vergleichsportal

Du hast die PreisJäger GmbH mit dem BKartA-Tool erfolgreich analysiert. Drei Mechanismen tauchten dabei immer wieder auf.

Mechanismus	Kurze Erläuterung
Affiliate-Verträge	
Cost per Click	
Dynamic Pricing	

Aufgaben

- 3 Erläutere den jeweiligen Mechanismus in wenigen Sätzen. Gleiche deine Ergebnisse im Plenum ab.
- 4 Nimm Stellung zur Frage: Sind Vergleichsportale sinnvolle Helfer beim Online-Einkauf?

M3

Der VZBZ klagt an.



Ihr wart als Ermittlerinnen und Ermittler des Bundeskartellamtes sehr erfolgreich. Jetzt erreicht dich eine Mail mit folgendem Inhalt:

„Der Verbraucherzentrale Bundesverband e. V. (VZBZ) ist auf die Ergebnisse der Untersuchung gestoßen und möchte eine Sammelklage gegen die PreisJäger GmbH einreichen. Diese kann aber nur erfolgreich sein, wenn die Tricks des Vergleichsportals gegen geltendes Recht verstoßen.“

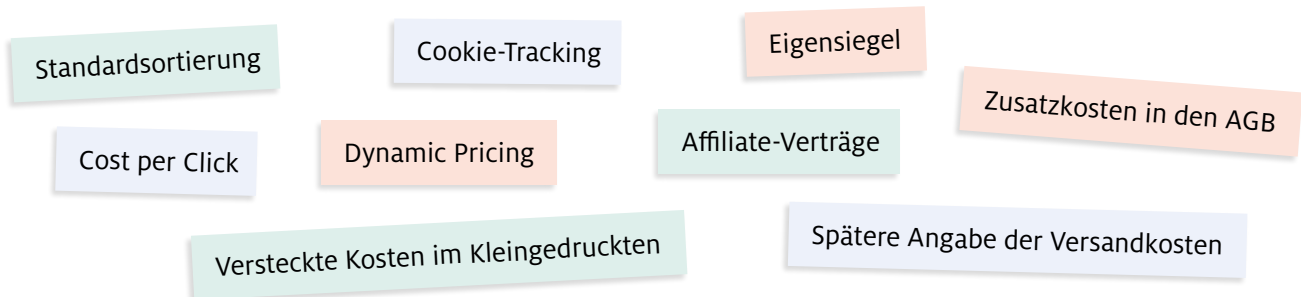
Aufgabe

5

Erkläre das Problem des VZBZ in eigenen Worten.

M4

Erlaubt, verboten oder kommt es darauf an?

**G1: § 5 Abs. 1 und 2 UWG – Irreführende geschäftliche Handlungen**

„(1) Unlauter handelt, wer eine irreführende geschäftliche Handlung vornimmt, die geeignet ist, den Verbraucher [...] zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er andernfalls nicht getroffen hätte.

(2) Eine geschäftliche Handlung ist irreführend, wenn sie unwahre Angaben enthält oder sonstige zur Täuschung geeignete Angaben [...] enthält.“

Quelle: https://www.gesetze-im-internet.de/uwg_2004/__5.html

G2: § 5a Abs. 4 UWG – Irreführung durch Unterlassen

„Unlauter handelt auch, wer den kommerziellen Zweck einer geschäftlichen Handlung nicht kenntlich macht, sofern sich dieser nicht unmittelbar aus den Umständen ergibt, und das Nichtkenntlichmachen geeignet ist, den Verbraucher [...] zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er andernfalls nicht getroffen hätte.“

Quelle: https://www.gesetze-im-internet.de/uwg_2004/__5a.html (letzter Zugriff: 10.08.2026)

G3: § 5b Abs. 2 UWG – Wesentliche Informationen

„Bietet ein Unternehmer Verbrauchern die Möglichkeit, nach Waren oder Dienstleistungen zu suchen, die von verschiedenen Unternehmern [...] angeboten werden, so gelten [...] folgende [...] Informationen als wesentlich: 1. die Hauptparameter zur Festlegung des Rankings [...] sowie 2. die relative Gewichtung der Hauptparameter [...]. Die Informationen [...] müssen von der Anzeige der Suchergebnisse aus unmittelbar und leicht zugänglich sein.“

Quelle: https://www.gesetze-im-internet.de/uwg_2004/__5b.html

G4: § 3 Abs. 1 und 3 PAngV – Pflicht zur Angabe des Gesamtpreises

„(1) Wer als Unternehmer Verbrauchern Waren oder Leistungen anbietet oder [...] unter Angabe von Preisen wirbt, hat die Gesamtpreise anzugeben. [...]

(3) Wird ein Preis aufgegliedert, ist der Gesamtpreis hervorzuheben.“

Quelle: https://www.gesetze-im-internet.de/pangv_2022/__3.html

G5: § 305c Abs. 1 BGB – Überraschende und mehrdeutige Klauseln

„Bestimmungen in Allgemeinen Geschäftsbedingungen, die nach den Umständen, insbesondere nach dem äußeren Erscheinungsbild des Vertrags, so ungewöhnlich sind, dass der Vertragspartner des Verwenders mit ihnen nicht zu rechnen braucht, werden nicht Vertragsbestandteil.“

Quelle: https://www.gesetze-im-internet.de/bgb/___305c.html

G6: § 25 Abs. 1 TDDDG – Schutz der Privatsphäre bei Endeinrichtungen

„Die Speicherung von Informationen in der Endeinrichtung des Endnutzers oder der Zugriff auf Informationen, die bereits in der Endeinrichtung gespeichert sind, sind nur zulässig, wenn der Endnutzer auf der Grundlage von klaren und umfassenden Informationen eingewilligt hat.“

Quelle: https://www.gesetze-im-internet.de/ttdsg/___25.html

G7: Art. 246a § 1 Abs. 1 EGBGB – Informationspflichten

„Der Unternehmer ist [...] verpflichtet, dem Verbraucher folgende Informationen zur Verfügung zu stellen: [...] 5. den Gesamtpreis [...]; 6. gegebenenfalls den Hinweis, dass der Preis auf der Grundlage einer automatisierten Entscheidungsfindung personalisiert wurde; 7. gegebenenfalls alle zusätzlich zu dem Gesamtpreis [...] anfallenden Fracht-, Liefer- oder Versandkosten und alle sonstigen Kosten [...].“

Quelle: https://www.gesetze-im-internet.de/bgbeg/art_246a__1.html

Worterklärungen

Unlauter

unfair, nicht erlaubt

Irreführend

unklar, missverständlich, dich bewusst täuschend

Klausel

einzelne Bedingungen in einem Vertrag/in den AGB

Endeinrichtung

hier: Endgerät



Arbeitsblatt 1: Der Ampel-Check

	Trick/ Mechanismus	Gesetzliche Grundlage	Erläuterung

Aufgabe



6

Findet euch in Gruppen zusammen. Ihr erhaltet jeweils zwei Tricks/Mechanismen der Preisjäger GmbH aus der Vorstunde.

a) Lest die Auszüge der Gesetzestexte G1 bis G7.



b) Erläutert auf dem Arbeitsblatt 1, welcher Text auf eure Tricks/Mechanismen passt und ordnet sie den Kategorien: "erlaubt" = grün, "es kommt darauf an" = gelb oder "verboten" = rot zu, indem ihr die entsprechende Ampelfarbe ankreuzt.

c) Präsentiert eure Ergebnisse vor der Klasse.

d) Vervollständigt den Ampel-Check mit den Erkenntnissen aus den Vorträgen und beurteilt die Ergebnisse.

**Arbeitsblatt 2: Mehr Transparenz – reicht das?**

Im Mai 2022 wurde das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) überarbeitet. Seitdem müssen die Vergleichsportale transparent darauf hinweisen, wie sie arbeiten und womit sie Geld verdienen. Aber wie lassen sich diese Hinweise auffinden und sind sie verständlich formuliert?

Eure Checkliste:

Prüfkriterien	Beispiel 1:	Beispiel 2:
Auffindbarkeit (Kannst du den Hinweis leicht finden?)	Bewertung: ☐ erfüllt ☐ teilweise erfüllt ☐ nicht erfüllt Begründung:	Bewertung: ☐ erfüllt ☐ teilweise erfüllt ☐ nicht erfüllt Begründung:
Verständlichkeit (Verstehst du, was gemeint ist?)	Bewertung: ☐ erfüllt ☐ teilweise erfüllt ☐ nicht erfüllt Begründung:	Bewertung: ☐ erfüllt ☐ teilweise erfüllt ☐ nicht erfüllt Begründung:
Vollständigkeit (Erfährst du alle wichtigen Informationen zur Provision, zum Versand sowie zur Rückgabe?)	Bewertung: ☐ erfüllt ☐ teilweise erfüllt ☐ nicht erfüllt Begründung:	Bewertung: ☐ erfüllt ☐ teilweise erfüllt ☐ nicht erfüllt Begründung:
Zeitpunkt (Erfährst du schon früh alle für dich wichtigen Informationen?)	Bewertung: ☐ erfüllt ☐ teilweise erfüllt ☐ nicht erfüllt Begründung:	Bewertung: ☐ erfüllt ☐ teilweise erfüllt ☐ nicht erfüllt Begründung:

Aufgabe**7**

Recherchiert zwei Vergleichsportale im Internet und lest die Transparenzhinweise.

a) Bearbeitet das Arbeitsblatt „Mehr Transparenz – reicht das?“:

- ◆ Bewertet eure Beispiele anhand der vorgegebenen Kriterien.
- ◆ Begründet eure Bewertung in einem kurzen Satz.

b) Beurteilt, ob solche Hinweise ausreichen, damit ihr dem Portal vertrauen könnt.



c) Ein Vergleichsportal arbeitet für zwei Auftraggeber zugleich. Es arbeitet für dich als Nutzerin bzw. Nutzer und für die Unternehmen, die es bezahlen. Erkläre, warum ein Transparenzhinweis dieses Problem nicht vollständig lösen kann.



Arbeitsblatt 3: Wie man Vergleichsportale sicher nutzt

Das VZBZ wird eure Erkenntnisse für seine Verhandlungen heranziehen. Aber mal ehrlich: Einige der Tricks sind zwar erlaubt, aber doch wirklich unfair. Es ist also ein kluges Vorgehen bei der Verwendung von Vergleichsportalen erforderlich. Nun seid ihr gefragt.

Unsere fünf wichtigsten Regeln für eine sinnvolle und sichere Nutzung von Vergleichsportalen:

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

Unser Fazit:

Aufgabe

**8**

Findet euch in Gruppen zusammen und entwickelt einen kurzen Leitfaden zur Nutzung von Vergleichsportalen.