



## ÜBUNGS-NL NR. 17, JÄNNER 2018 VERGLEICHSPLATTFORMEN

### Lösungsblatt für Lehrkräfte

#### Aufgabe 1

Hier können nur die gängigsten Plattformen beispielhaft angeführt werden (siehe auch Lösung zu Aufgabe 4):

Booking.com, checkfelix.at, expedia.at, trivago.at, durchblicker.at, geizhals.at, versichern24.at, bankenrechner.at, handy.arbeiterkammer.at, etc.

#### Aufgabe 2

Unter folgenden Links sind Artikel zu Vergleichsplattformen zu finden (Hinweis: Suche erweitern mit Begriffen wie Plattform, Bewertung, Preisvergleich, Fake, etc.)

[http://www.konsumentenfragen.at/konsumentenfragen/Fuer\\_SchuelerInnen/Aktuelles/Schoener\\_Schein\\_Online](http://www.konsumentenfragen.at/konsumentenfragen/Fuer_SchuelerInnen/Aktuelles/Schoener_Schein_Online)

[http://www.konsumentenfragen.at/konsumentenfragen/Mein\\_Alltag/Aktuelles/Studie\\_der\\_EU-Kommission\\_zu\\_Vergleichsplattformen](http://www.konsumentenfragen.at/konsumentenfragen/Mein_Alltag/Aktuelles/Studie_der_EU-Kommission_zu_Vergleichsplattformen)

[http://www.konsumentenfragen.at/konsumentenfragen/Mein\\_Alltag/Aktuelles/AK\\_Studie:\\_Katze\\_im\\_Sack\\_gekauft](http://www.konsumentenfragen.at/konsumentenfragen/Mein_Alltag/Aktuelles/AK_Studie:_Katze_im_Sack_gekauft)

[http://www.konsumentenfragen.at/konsumentenfragen/Mein\\_Alltag/Aktuelles/Vergleichsplattformen\\_-\\_Segen\\_oder\\_Fluch](http://www.konsumentenfragen.at/konsumentenfragen/Mein_Alltag/Aktuelles/Vergleichsplattformen_-_Segen_oder_Fluch)

Folgende Sätze könnten beispielsweise als interessant und diskussionswürdig markiert werden:

So findet sich im Artikel „Vergleichsplattformen – Segen oder Fluch“ folgender Textteil. Die gelbunterlegten Sätze können beim Erstellen des Mindmaps (Aufgabe 3) behilflich sein:

#### **Informationsflut neben Geheimniskrämerei**

- *So großzügig Informationen zu den abgefragten Vergleichsangeboten gegeben werden, so sparsam sind viele Portalbetreiber mit Auskünften zur Plattform selbst. **Folglich bleiben beispielsweise Fragen zur Finanzierung, zur Quelle der Vergleichsdaten oder zur Aktualität der angezeigten Informationen häufig unbeantwortet.** Auch hinsichtlich der Marktabdeckung - also wie repräsentativ die Anzahl der einander gegenübergestellten Angebote tatsächlich ist - werden die User oftmals im Dunkeln gelassen.*

#### **Auch steter Tropfen erhöht den Preis**

- *Immer wieder sehen sich Verbraucherschutzorganisationen mit Berichten verärgelter KonsumentInnen konfrontiert, wonach der auf dem Vergleichsportal zunächst angezeigte*



*Preis im Laufe des Bestellvorgangs aufgrund zahlreicher Zusatz- und Nebenkosten plötzlich erheblich angestiegen ist. Dieser Problematik - man spricht von „Drip Pricing“ - begegnet man vor allem bei Reiseplattformen besonders häufig.*

#### **Zu schön um wahr zu sein**

- *Auch sogenannte „Fake Reviews“ („geschönte Bewertungen“) sind mittlerweile weit verbreitet: Dabei handelt es sich um positive Bewertungen und Testberichten zu bestimmten Waren oder Dienstleistungen, die allerdings nur scheinbar von echten VerbraucherInnen verfasst wurden. Tatsächlich werden die vermeintlichen Lobeshymnen aber von Unternehmen mit dem Ziel der Absatzsteigerung in Auftrag gegeben.*

### **Aufgabe 3**

Im Internet finden sich zahlreiche Websites mit Anleitungen zur Erstellung von Mindmaps. Hier sind beispielhaft 2 Links, darunter auch eine Youtube-Anleitung, die bei der Aufgabe unterstützen können:

<https://www.bildungsraum.at/mindmapping-strukturieren-und-lesen-sie-die-landkarte-zu-ihrer-gedankenlandschaft/>

<https://www.youtube.com/watch?v=RIEdbgUX1b8>

### **Aufgabe 4**

#### **Lösung am Beispiel des Handytarifs**

Handytarif: Gruppe A sucht einen Mobilfunktelefonariefür ein bestehendes, freies Smartphone. Der Tarif soll geeignet sein für VieltelefoniererInnen (> 800 Minuten/Monat) und VielsurferInnen (> 10 GB/Monat), auf ein hohes SMS-Kontingent wird nicht wertgelegt, schließlich gibt es andere Möglichkeiten (Whatsapp, Facetime, Facebook-Messenger, etc.). Dafür ist ein schnelles Internet (> 100 Mbit/Sek) sein unter ausschließlicher Nutzung des LTE-Netzes gewünscht. Datenroaming innerhalb der EU soll inkludiert sein. Höher als EUR 20,-- soll der Tarif nicht sein.

Abfrage: [www.tarife.at](http://www.tarife.at) und <http://handy.arbeiterkammer.at/tarifrechner/>



Suchergebnisse (Stand Anfang Jänner 2018):

**[www.tarife.at](http://www.tarife.at)**

4 Angebote, die die oa Parametern erfüllen, Angabe des Effektivpreises (dh der angegebene Preis besteht aus sämtlichen Kosten und Boni, die in den ersten 2 Jahren anfallen), sonstige Angebote (Rabatte, Aktionen, etc.) gut erkennbar, an erster Stelle steht ein Tarif, der einen Teil seines Unternehmensgewinns Bedürftigen spendet (Welche Rolle spielt „soziales Kriterium“ bei der Entscheidung?)

**<http://handy.arbeiterkammer.at/tarifrechner/>**

3 Angebote (nicht ident mit denen von **[www.tarife.at](http://www.tarife.at)**), Suchparameter sind eingeschränkter, Angabe des Effektivpreises

Suche nach einzelnen Anbietern: zeitaufwändig und unvollständig, Beispiel A1: Angebote auf der Website vorrangig für A1 KundInnen, für NeukundInnen ist teurer.

Nach unbekanntem AnbieterInnen wie Spusu, Giga, UPC sucht man nicht.

## **Folgende Websites können für die anderen Preisrecherchen hilfreich sein:**

**Konto:** durchblicker.at, bankenrechner.at, biallo.at, girokonto.at

**Flug:** checkfelix.at, swoodo.at, flug.check24.at, momondo.at, skyscanner.at, flug.ideal.at, flugladen.at, flugbuchung.at

**Unterkunft:** checkfelix.at, momondo.at, trivago.at, hotel.check24.at, opodo.at,

Hinweis: Anfang 2017 wurden Hotelvergleichsportale getestet: **<https://www.testsieger-berichte.de/hotelvergleichsportale-test/>**

**Versicherung:** durchblicker.at, versichern24.at

**Energie (Strom, Gas):** **<https://www.e-control.at/konsumenten/service-und-beratung/toolbox/tarifkalkulator>** ; stromrechner.at, stromgas24.at, stromliste.at, stromdiskont.at