

Deutsche sind über 6,7 Milliarden Stunden im Jahr auf der Suche nach wichtigen Dingen des Lebens

München/Hamburg (ots) -

- Größte Studie zum Suchen und Finden in Deutschland
- Best Match Survey 2009 von Scout24 - die Mehrheit wird online fündig

48% der volljährigen Deutschen sind in den vergangenen 12 Monaten mindestens einmal auf der Suche nach Immobilie, Auto, Job, Partner oder Geldanlage und Versicherung gewesen. Für diese wichtigen Entscheidungen haben sie sich Zeit genommen: Pro Person haben die Deutschen 98 Stunden in die Suche investiert. Zusammen ergibt das 6,7 Milliarden Stunden pro Jahr. Das hat Scout24 jetzt in Zusammenarbeit mit dem Marktforschungsinstitut Innofact in der größten repräsentativen Studie zum Suchen und Finden in Deutschland herausgefunden. Befragt wurden rund 2.500 Menschen über 18 Jahre. Die Studie belegt: Das Internet ist zum beliebtesten Suchort geworden. Dort werden die meisten fündig und sind am zufriedensten mit der Suche.

Die Mühe wird belohnt: Rund 76% derjenigen, die nach einer Versicherung suchen, finden sie. Mehr als die Hälfte aller Deutschen ist auf der Suche nach dem richtigen Auto erfolgreich. Am schwierigsten ist die Suche nach einem neuen Job: Aber auch hier liegt die Erfolgsquote noch bei knapp über 30%.

Bei so viel Erfolg ist die Suche alles andere als lästig: 49% aller Suchvorgänge machen den Suchern Spaß. Sind sie im Internet auf der Pirsch, liegt der Spaßfaktor sogar bei 52%. Im Netz ist auch die Zufriedenheit mit dem gesamten Suchvorgang am höchsten: 72% der Onliner sind damit zufrieden, offline sind es 62%. Entsprechend stark hat sich das Internet etabliert: 61% suchen auf Online-Marktplätzen und 43% auf Websites einzelner Anbieter. 50% der Suchvorgänge finden außerhalb des Internets statt.

"Schon jetzt beschleunigt das Internet die Suche nach den wichtigen Dingen im Leben", meint Dr. Martin Enderle, CEO von Scout24, eine der führenden Unternehmensgruppen von Online-Marktplätzen in Europa. "Zeitersparnis ist angesichts der immensen Investition in die Suche - immerhin fast 100 Stunden pro Jahr - ein wichtiger Faktor. Genauso wichtig sind Transparenz, Einfachheit und Inspiration. Diese tragen entscheidend dazu bei, das persönlich Passende, den Best Match, zu finden. Hier hat das Internet seine Stärken." Die Studie zeigt zudem die Bedeutung von guter Vorbereitung und Beratung für das Finden des Best Match: Haben regelmäßige Internetnutzer eine klare Vorstellung des Gesuchten oder beraten sie sich mit nahestehenden Personen, liegt die Zufriedenheit bei rund 90%.

Mehr Informationen zum Best Match Survey: www.best-match-survey.de

Über den Best Match Survey 2009

Insgesamt mehr als 2.500 Personen im Alter ab 18 Jahren hat Innofact bundesweit zu ihren Bedürfnissen, Wünschen und ihrem Suchverhalten befragt. Der Fokus lag auf den wichtigen Lebensbereichen Wohnen, Mobilität, Arbeit, Partnerschaft und Finanzen. Im Mittelpunkt standen die Aspekte Motivation, Dauer der und Vorgehen bei der Suche, Such- und Fundorte sowie Meinungen und Bewertungen zu detaillierten Themen rund um den jeweiligen Such- und Entscheidungsprozess. Für die Studie hat das Marktforschungsunternehmen zwei getrennte Befragungen durchgeführt: Per repräsentativer Telefonumfrage wurde die deutsche Gesamtbevölkerung ab 18 Jahre befragt. Zusätzlich wurden regelmäßige Internetnutzer über ihre Such- und Findengewohnheiten online interviewt. Die demografische Aufteilung beider Stichproben entspricht der deutschen Bevölkerung. Durchgeführt wurde die Gesamterhebung von Mitte April bis Ende Mai 2009.

Pressekontakt:

Ergin Iyilikci
Director Corporate Communications/ PR
Rosenheimer Str. 143b
81671 München
Tel.: +49 89 490 267 397
presse@scout24.com