

# Ratings, Rankings und Tests

## in der Versicherungsbranche

Die Bedeutung für Makler, Unternehmen und Endkunden

März 2010

# Agenda

---

## 1. Untersuchungsdesign

- 1.1 Stichprobe und Interviews insgesamt
- 1.2 Fragebogen
- 1.3 Interviews nach Produktionsschwerpunkten
- 1.4 Regionale Verteilung der Befragten

## 2. Bekanntheit von Rating-Agenturen und Fachmedien

## 3. Die Anzahl von Ratings und Tests

## 4. Die Bedeutung von Ratings und Tests

- 4.1.1 Für die Makler: Als Zugangsweg zu Unternehmen
- 4.1.2 Für die Makler: Der Einsatz im Verkaufsgespräch

# Agenda

---

## 4. Die Bedeutung von Ratings und Tests (Fortsetzung)

4.2 Für die Unternehmen

4.3 Für die Kunden

## 5. Die wichtigsten Merkmale von Ratings und Tests

5.1 Insgesamt

5.2 Nach Sparten

## 6. Vergleichsportale im Internet

6.1 Generelle Nutzung

6.2 Genutzte Portale

## 7. Gesamtrelevanz von Ratings, Rankings und Testergebnissen

7.1 Design der Indexberechnung

7.2 Indexscores

## 8. Key Messages