

Methodendarstellung – Attraktive Finanz- u. Versicherungsprodukte

Bei der vorliegenden Untersuchung handelt es sich um eine Online-Befragung über ein externes und unabhängiges Online-Access-Panel. Dabei werden sog. Panelisten eingeladen, die gestützt vorgelegten Untersuchungsobjekte (hier: Finanz- und Versicherungsanbieter in unterschiedlichen Produktkategorien) als Kunde bzw. Interessent zu bewerten. Von den registrierten Panelisten liegen soziodemografische Merkmale vor, so dass bevölkerungsrepräsentativ angesteuert werden kann.

Es werden keine Kundenadressen der bewerteten Unternehmen eingeholt oder genutzt. Die Befragung erfolgt eigeninitiiert und ohne Einbindung der untersuchten Anbieter.

Jeder Panelist erhält eine für ihn überschaubare Auswahl von Unternehmen zur Bewertung bzw. zur Angabe angezeigt, ob er in den letzten 24 Monaten Kontakt zu diesen Unternehmen aufgenommen hat oder nicht. Pro Anbieter werden mind. 120 Verbraucherurteile eingeholt. Bei einzelnen Anbietern kann die Stichprobengröße in Abhängigkeit von Inzidenzrate und Anzahl an Urteilen auch niedriger sein. Insgesamt wurden 503 Unternehmen aus 16 Kategorien untersucht.

Die konkrete Fragestellung lautet:

„Inwieweit stimmen Sie zu, dass die folgenden Unternehmen in der Kategorie [XY] Produkte anbieten, die Sie als attraktiv empfinden? Dabei müssen Sie nicht die Produkte selbst genutzt oder einen Vertrag abgeschlossen haben, Sie können Ihr Urteil auch auf Basis einer Informationssuche oder eines Beratungsgesprächs abgeben. Bitte geben Sie Ihr Urteil auf der Basis Ihrer Erfahrungen ab, die Sie (als Interessent oder Kunde) in den letzten 24 Monaten mit den jeweiligen Anbietern gemacht haben.

Die Kategorienzugehörigkeit der Anbieter ist in Klammern [...] dargestellt.“

Die konkreten Antwortmöglichkeiten sind:

- „stimme voll und ganz zu“ (1)
- „stimme zu“ (2)
- „stimme eher zu“ (3)
- „stimme eher nicht zu“ (4)
- „stimme nicht zu“ (5)

Für die Auswertung wird der ungewichtete Mittelwert der abgegebenen Urteile auf dieser 5-stufigen, linksschiefen und voll verbalisierten Zustimmungsskala je Anbieter berechnet. Anhand der Mittelwerte der Anbieter wird ein Ranking über alle untersuchten Anbieter innerhalb der Kategorien erstellt.

Die Auszeichnung „Attraktive Produkte“ erhalten alle Unternehmen, die innerhalb ihrer Kategorie besser als der Gesamtmittelwert über alle Marktbegleiter abschneiden. Unternehmen, die innerhalb dieser Gruppe wiederum über dem Durchschnitt liegen, erhalten die Auszeichnung „Sehr attraktive Produkte“. Darüber hinaus werden die Anbieter mit dem besten Mittelwert innerhalb einer Kategorie mit dem Zusatzprädikat „1. Platz“ ausgewiesen.