



**Fmvo**  
finanz-marketing verband

## 13. FMVÖ-RECOMMENDER NACHLESE 2019

Der österreichische Award für die Kundenorientierung  
von Banken und Versicherungen verliehen vom  
Finanz-Marketing Verband Österreich

Mittwoch, 15. Mai 2019  
Studio 44 Wien



**KURIER**

**TELEMARK  
MARKETING**



Sehr geehrte Damen und Herren,

es erfüllt uns mit Freude und Stolz, dass wir den FMVÖ-Recommendier, den Kundenzufriedenheits-Award des Finanz-Marketing Verband Österreich (FMVÖ), bereits zum 13. Mal vergeben konnten.

Wir sind überzeugt, dass wir mit dem FMVÖ-Recommendier für die Unternehmen der österreichischen Finanzbranche ein nützliches Instrument ins Leben gerufen haben. Nachdem die letzten Jahre im Zeichen eines wirtschaftlichen Aufwinds gestanden sind, ist es jetzt wichtig zu sehen, ob sich die Finanzbranche ebenfalls stabilisieren konnte und wie die Kunden ihre Banken und Versicherungen im Zeitvergleich bewerten.

Gleichzeitig freuen wir uns, dass sich der FMVÖ-Recommendier in der österreichischen Finanzwirtschaft zu einer so anerkannten Institution entwickelt hat. Dafür sprechen nicht nur das wachsende Medienecho rund um die Veranstaltung und die Bereitschaft vieler Sponsoren, diese Initiative zu unterstützen. Auch die positive Resonanz aus dem Bank- und Versicherungsbereich stärkt uns in unseren Bemühungen, weiterhin im Dienste der Finanzwirtschaft und ihrer Kunden tätig zu sein.

Mit dieser Nachlese zum FMVÖ-Recommendier möchten wir auf den folgenden Seiten die wichtigsten Informationen über den Award noch einmal für Sie zusammenfassen. Weiters wollen wir uns wieder herzlich bei all jenen bedanken, die ein Zustandekommen des FMVÖ-Recommendier möglich gemacht haben: Unser Marktforschungspartner Telemark Marketing, unser Medienpartner KURIER, unsere Sponsoren und alle beteiligten Banken und Versicherungen, die sich dem „Stresstest Weiterempfehlungsbereitschaft“ unterzogen haben. Unser Dank gilt auch all jenen, die mitgewirkt haben, den Galaabend abwechslungsreich, spannend und informativ zu gestalten.

Wir hoffen im Sinne aller Beteiligten, mit diesem Award auch in den kommenden Jahren zur Zufriedenheit der österreichischen Bank- und Versicherungskunden beitragen zu können!

Auf ein Wiedersehen beim FMVÖ-Recommendier 2020!



Erich Mayer  
Präsident



Mag. Theres Ladstätter  
Generalsekretärin

Finanz-Marketing Verband Österreich  
Postfach 374, 1011 Wien  
**E.** office@fmvoe.at  
**T.** +43 (0)699 11896887  
**W.** www.fmvoe.at

## Das Wichtigste auf einen Blick

### **Worum geht es beim FMVÖ-Recommendier?**

Der FMVÖ-Recommendier misst alljährlich die Weiterempfehlungsbereitschaft von Bank- und Versicherungskunden. Diese ist nicht nur ein ausgezeichneter Indikator für die Kundenorientierung in der Finanzwirtschaft, sondern hat auch einen empirisch nachgewiesenen Einfluss auf das Wachstum von Unternehmen.

### **Auf welcher Grundlage erfolgt die Bewertung?**

Basis ist eine Befragung von 8.000 Bank- und Versicherungskunden, die vom Marktforschungsinstitut Telemark Marketing im ersten Quartal 2019 durchgeführt wurde. Zur Bewertung der Weiterempfehlungsbereitschaft und damit als Basis für die Preisverleihung wird die Methode des „Net Promoter Score“ (NPS®) herangezogen.

### **Wer bekommt ein Gütesiegel des FMVÖ?**

Banken und Versicherungen, deren NPS-Wert den Durchschnitts-NPS der jeweiligen Branche in den letzten fünf Jahren um mindestens 5 (sehr gut), 10 (hervorragend) oder 15 (exzellent) Prozentpunkte übertrifft bzw. den jeweiligen Schwellenwert zumindest erreicht, erhalten das ihrem NPS-Wert entsprechende FMVÖ-Gütesiegel. Das Institut mit dem höchsten NPS-Wert in seiner Kategorie wird außerdem mit dem begehrten FMVÖ-Recommendier-Award ausgezeichnet.

Weitergehende Informationen finden Sie auf den Seiten 5 bis 10 oder auf unserer Homepage [www.fmvoe.at](http://www.fmvoe.at).

## Die FMVÖ-Recommendier-Gewinner 2019 im Überblick

Sieger	Preiskategorie
<b>Banken</b>	
easybank AG	Direkt-, Spezial- und Privatbanken
Raiffeisenlandesbank Kärnten rGenmbH	Regionalbanken
Erste Bank der oesterreichischen Sparkassen AG	Großbanken
<b>Versicherungen</b>	
Kärntner Landesversicherung auf Gegenseitigkeit	Regionalversicherungen
muki Versicherungsverein auf Gegenseitigkeit	Direkt- und Spezialversicherungen
GRAWE	Versicherung bundesweit
Raiffeisen Versicherung AG	Bankenversicherungen
<b>Sonderpreise</b>	
Kärntner Landesversicherung auf Gegenseitigkeit	Aufsteiger des Jahres
Steiermärkische Bank und Sparkassen AG	Bank mit der besten Kundenberatung
Allianz-Elementar Versicherungs-AG	Versicherung mit der besten Kundenberatung

## FMVÖ-Recommendier-Gütesiegel 2019 im Überblick

Empfänger	Preiskategorie
<b>Exzellente Kundenorientierung</b>	
Raiffeisenlandesbank Kärnten rGenmbH	Regionalbanken
Raiffeisenlandesbank Vorarlberg rGenmbH	Regionalbanken
easybank AG	Direkt-, Spezial- und Privatbanken
GRAWE	Versicherung bundesweit
Kärntner Landesversicherung auf Gegenseitigkeit	Regionalversicherungen
Vorarlberger Landes-Versicherung VaG	Regionalversicherungen
muki Versicherungsverein auf Gegenseitigkeit	Direkt- und Spezialversicherungen
Österreichische Beamtenversicherung, VVaG	Direkt- und Spezialversicherungen
<b>Hervorragende Kundenorientierung</b>	
Erste Bank der oesterreichischen Sparkassen AG	Großbanken
Allg. Sparkasse Oberösterreich AG	Regionalbanken
Kärntner Sparkasse AG	Regionalbanken
Oberbank AG	Regionalbanken
Steiermärkische Bank und Sparkasse AG	Regionalbanken
Tiroler Sparkasse Bank AG	Regionalbanken
ING-DiBa Austria	Direkt-, Spezial- und Privatbanken
VAV Versicherungs-Aktiengesellschaft	Direkt- und Spezialversicherungen
<b>Sehr gute Kundenorientierung</b>	
Raiffeisenlandesbank Oberösterreich AG	Großbanken
Bank für Tirol und Vorarlberg AG	Regionalbanken
Hypo NOE Landesbank AG	Regionalbanken
HYPO-BANK BURGENLAND AG	Regionalbanken
Raiffeisenbankengruppe Burgenland	Regionalbanken
Raiffeisenlandesbank Steiermark AG	Regionalbanken
Salzburger Sparkasse Bank AG	Regionalbanken
VOLKSBANK WIEN AG	Regionalbanken
Merkur Versicherung AG	Versicherung bundesweit
UNIQA Versicherungen AG	Versicherung bundesweit
Zürich Versicherungs-AG	Versicherung bundesweit
Niederösterreichische Versicherung AG	Regionalversicherungen
Zürich Connect Österreich	Direkt- und Spezialversicherungen
Zürich Versicherungs-Aktiengesellschaft	Direkt- und Spezialversicherungen

## Untersuchte Banken und Versicherungen

### GROSSBANKEN

- > BAWAG P.S.K. Bank für Arbeit und Wirtschaft und Österreichische Postsparkasse AG
- > Erste Bank der oesterreichischen Sparkassen AG
- > UniCredit Bank Austria AG
- > Raiffeisenlandesbank Niederösterreich-Wien AG
- > Raiffeisenlandesbank Oberösterreich AG

### REGIONALBANKEN

- > Austrian Anadi Bank AG
- > Allg. Sparkasse Oberösterreich AG
- > BKS Bank AG
- > BTV Vier Länder Bank
- > HYPO-BANK BURGENLAND AG
- > Hypo NOE Landesbank AG
- > Hypo Tirol Bank AG
- > Kärntner Sparkasse AG
- > Oberbank AG
- > Oberösterreichische Landesbank Aktiengesellschaft
- > Raiffeisenbankengruppe Burgenland
- > Raiffeisenlandesbank Kärnten rGenmbH
- > Raiffeisenlandesbank Steiermark AG
- > Raiffeisenlandesbank Tirol AG
- > Raiffeisenlandesbank Vorarlberg rGenmbH
- > Raiffeisenverband Salzburg rGenmbH
- > Salzburger Sparkasse Bank AG
- > Steiermärkische Bank und Sparkasse AG
- > Tiroler Sparkasse Bank AG
- > Volksbank Niederösterreich AG
- > Volksbank Oberösterreich AG
- > Volksbank Salzburg eG
- > Volksbank Steiermark AG
- > VOLKSBANK WIEN AG

### DIREKT-, SPEZIAL- und PRIVATBANKEN

- > easybank AG
- > ING-DiBa Direktbank Austria

### VERSICHERUNGEN bundesweit

- > Allianz-Elementar Versicherungs-AG
- > Donau Allgemeine Versicherungs-AG Vienna Insurance Group
- > Generali Versicherung AG
- > GRAWE
- > Helvetia Versicherungen AG
- > Merkur Versicherung AG
- > UNIQA Versicherungen AG
- > Wiener Städtische Versicherung AG Vienna Insurance Group
- > Wüstenrot Versicherungs-AG
- > Zürich Versicherungs-AG

### BANKVERSICHERUNGEN

- > BAWAG P.S.K Versicherung
- > ERGO Versicherung AG
- > Raiffeisen Versicherung AG
- > Sparkassen Versicherung AG Vienna Insurance Group

### DIREKT- und SPEZIALVERSICHERUNGEN

- > ARAG SE
- > HDI Versicherung AG
- > muki Versicherungsverein auf Gegenseitigkeit
- > Österreichische Beamtenversicherung, VVaG
- > VAV Versicherungs-Aktiengesellschaft
- > Zürich Connect (Zürich Versicherungs-AG)

### REGIONALVERSICHERUNGEN

- > Kärntner Landesversicherung auf Gegenseitigkeit
- > Niederösterreichische Versicherung AG
- > Oberösterreichische Versicherung AG
- > TIROLER VERSICHERUNG V.a.G.
- > Vorarlberger Landes-Versicherung VaG

## FMVÖ-Recommendier: Auszeichnung für herausragende Kundenorientierung

### Österreichs Banken und Versicherungen unter der Lupe

„... das Ziel eines Unternehmens besteht darin, Kunden zu finden und zu halten“, so bringt es Peter F. Drucker in seinem Standardwerk „The Practice of Management“ auf den Punkt. Frederick F. Reichheld wiederum sieht Loyalität als den entscheidenden Schlüsselfaktor für den Unternehmenserfolg an: Menschen mit einer hohen Zufriedenheit sind nicht nur der Marke gegenüber loyal, sondern auch grundsätzlich bereit, die Firma oder das Produkt weiterzuempfehlen. In seinem Buch „The Ultimate Question“ zeigt Reichheld, dass die Weiterempfehlungsbereitschaft von Kunden eine hohe Korrelation zum Unternehmenswachstum aufweist. Die Bereitschaft zur Weiterempfehlung ist allerdings abhängig von der Branche, der Positionierung der Marke und vom jeweiligen Kulturkreis. So empfehlen beispielsweise US-Amerikaner generell etwas häufiger weiter als Europäer.

Der Zusammenhang zwischen Weiterempfehlungsbereitschaft und Unternehmenswachstum wurde von Reichheld in allen untersuchten Bereichen nachgewiesen. Diese scheinbar simple Erkenntnis fand vor einigen Jahren, als der Net Promoter Score seinen Siegeszug angetreten hat, gewaltige mediale Aufmerksamkeit bei renommierten amerikanischen Wirtschaftsmagazinen (u. a. Wall Street Journal, Harvard Business Review und Consulting Magazine). In der Folge wurde Frederick F. Reichheld vom Consulting Magazine zu einem der 25 einflussreichsten Consultants gewählt.

Der Finanz-Marketing Verband Österreich setzt genau bei dieser Bereitschaft zur Weiterempfehlung an. Die Kernfrage des FMVÖ-Recommendier lautet: Welche Bank und welche Versicherung verzeichnet die höchste Weiterempfehlungsbereitschaft ihrer Kunden? Dafür lässt der FMVÖ mittels einer repräsentativen Erhebung 8.000 Österreicherinnen und Österreicher zu Wort kommen – damit ist der FMVÖ-Recommendier der Award mit der größten Jury Österreichs.

Durchgeführt wird die Befragung vom Marktforschungsinstitut Telemark Marketing. Ziel der Untersuchung ist es nicht, das „beste“ Institut auszuzeichnen. Prämiert werden vielmehr Institute, die Besonderes für die Kunden leisten und daher von ihnen am häufigsten weiterempfohlen werden. Diese Weiterempfehlungsbereitschaft wird vom FMVÖ als äußerst aussagekräftige Kenngröße gesehen, denn sie lässt nicht nur unmittelbare Rückschlüsse auf die Zufriedenheit der Kunden zu. Durch den nachgewiesenen Zusammenhang mit dem Unternehmenswachstum ist sie vielmehr auch aus betriebswirtschaftlicher Sicht mehr als relevant. Vergeben wird der FMVÖ-Recommendier-Award an jene Banken und Versicherungen, die in ihrer jeweiligen Kategorie den höchsten NPS-Wert erreichen.

## Informationen über die Untersuchungsmethode

### Methodik:

Der FMVÖ-Recommendier ist Teil einer umfassenden Branchenstudie. Für diese Studie wurden von Jänner bis April 2019 8.000 für Österreich repräsentative Bank- und Versicherungskunden per Zufall ausgewählt und am Telefon bzw. online unter Wahrung der Anonymität mittels eines standardisierten Fragebogens befragt. Die Durchführung der FMVÖ-Recommendier-Befragung erfolgt in Kooperation mit dem Marktforschungsinstitut Telemark Marketing, einem langjährigen FMVÖ-Mitglied. Zu Fragen rund um die Durchführung der Studie steht MMag. Robert Sobotka, MBA als Studienleiter gerne zur Verfügung.

### Teilnahme:

Im Rahmen einer repräsentativen Stichprobe werden Kunden aller österreichischen Banken und Versicherungen befragt und gebeten, ihr jeweiliges Institut zu bewerten. Bei der Vergabe des FMVÖ-Recommendier werden allerdings nur Institute berücksichtigt, die die Voraussetzungen für die jeweiligen Preiskategorien erfüllen. Diese zumeist quantitativen Voraussetzungen sind aus statistischen Gründen notwendig, da bei zu kleinen Teilstichproben die Aussagekraft der Bewertungs-Scores zu gering ist.

### Preisvergabe:

Die Basis der Preisverleihung sind die NPS-Werte der einzelnen Institute in der österreichweiten Stichprobe der 8.000 befragten Kunden. Als Sieger wird jenes Institut pro Kategorie ausgezeichnet, für das der höchste NPS-Wert (Hauptkunden bzw. Haupt- und Zweitkunden) gemessen wurde. Unterscheidet sich der NPS-Wert von zwei Instituten um weniger als einen Prozentpunkt, so wird als Zusatzkriterium der Prozentsatz der Promotoren (Bewertungen 10 und 9) zur Wertung herangezogen. Unterscheidet sich auch dieser Wert um weniger als einen Prozentpunkt, so wird in weiterer Folge der NPS-Wert der Haupt- und Zweitkunden (Kategorien 1 und 4) bzw. der NPS-Wert der Hauptkunden (Kategorien 2, 3, 5, 6 und 7) zur Wertung herangezogen. Unterscheidet sich auch dieser NPS Wert von diesen Instituten um weniger als einen Prozentpunkt, so wird analog als Zusatzkriterium der Prozentsatz der Promotoren (Bewertungen 10 und 9) zur Wertung herangezogen. Sollte die Anwendung dieser Zusatzkriterien zu keinem Unterschied führen, der größer als ein Prozentpunkt ist, so werden diese Institute letztendlich „ex aequo“ gewertet.

Veröffentlicht werden die Erstplatzierten der acht Kategorien sowie alle Institute, die sich aufgrund ihres NPS-Werts für eines der Gütesiegel qualifizieren. Alle Institute erhalten jedoch auf Anfrage ihren NPS-Wert und ihre Platzierung kostenlos mitgeteilt.

### Haben Sie Interesse an Ihren detaillierten Einzelergebnissen?

Im Rahmen der Befragung durch Telemark Marketing wurde nicht nur die Weiterempfehlungsbereitschaft Ihrer Kunden erhoben, sondern auch eine Reihe weiterer Fragen zum Thema Kundenzufriedenheit gestellt.

Sollten Sie Interesse an den Ergebnissen haben, können Sie diese direkt bei Telemark Marketing erwerben:

Herr MMag. Robert Sobotka, MBA  
Geschäftsführer Telemark Marketing  
1140 Wien, Zehetnergasse 6  
**T.** +43 (0)1 8928585 -1013  
**E.** robert.sobotka@telemark-marketing.com

## Preiskategorien

### 1. Großbanken

Voraussetzung zur Qualifikation ist eine Mindestbilanzsumme von Euro 25 Mrd. und die Nennung als Hauptbankverbindung von zumindest 100 interviewten Personen.

### 2. Regionalbanken

Voraussetzung zur Qualifikation ist die Nennung als Hauptbank- oder Zweitbankverbindung von zumindest 50 interviewten Personen. Um als Regionalbank gewertet zu werden, darf das Marktgebiet des Instituts maximal sechs Bundesländer umfassen und das Institut nicht für den Bewerb 1 qualifiziert sein.

### 3. Direkt-, Spezial- und Privatbanken

Voraussetzung zur Qualifikation ist die Nennung als Hauptbank- oder Zweitbankverbindung von zumindest 50 interviewten Personen und das Institut darf nicht für den Bewerb 1 oder 2 qualifiziert sein.

### 4. Versicherungen bundesweit

Voraussetzung zur Qualifikation ist die Nennung des Institutes als Hauptversicherung von zumindest 100 interviewten Personen. Diese Personen müssen sich auf zumindest sieben Bundesländer verteilen. Zusätzlich darf das Institut nicht für den Bewerb 5 qualifiziert sein.

### 5. Bankversicherungen

Voraussetzung zur Qualifikation ist die Nennung als Haupt- oder Zweitversicherung von zumindest 50 interviewten Personen. Zusätzlich muss das Institut die Produkte ausschließlich oder hauptsächlich über Banken vertreiben.

### 6. Regionalversicherungen

Voraussetzung zur Qualifikation ist die Nennung als Haupt- oder Zweitversicherung von zumindest 50 interviewten Personen. Um als Regionalversicherung gewertet zu werden, darf das Marktgebiet des Instituts maximal sechs Bundesländer umfassen und das Institut nicht für den Bewerb 4 qualifiziert sein.

### 7. Direkt- und Spezialversicherungen

Voraussetzung zur Qualifikation ist die Nennung als Haupt- oder Zweitversicherung von zumindest 50 interviewten Personen. Zusätzlich darf das Institut nicht für den Bewerb 4, 5 oder 6 qualifiziert sein.

### 8. Aufsteiger des Jahres

„Aufsteiger des Jahres“ ist das Institut mit der höchsten NPS-Verbesserung im Vergleich zum Vorjahr. Voraussetzung zur Qualifikation ist die Erfüllung der Qualifikationskriterien im Vorjahr und im laufenden Jahr, sowie eine Steigerung des NPS-Wertes gegenüber dem Vorjahr um mindestens fünf Prozentpunkte.

### 9. Sonderpreis „Versicherung mit der besten Kundenberatung“

Voraussetzung zur Qualifikation ist die Bewertung von zumindest 100 interviewten Personen. Zusätzlich wurde (nach Aussage des Kunden) ein umfassendes Beratungsgespräch im vergangenen Jahr durchgeführt und der Berater ist Mitarbeiter der Versicherung (nicht Makler etc). Das Bewertungskriterium ist die Wahrscheinlichkeit der Weiterempfehlung des Beraters (nicht der NPS des Institutes).

### 10. Sonderpreis „Bank mit der besten Kundenberatung“

Voraussetzung zur Qualifikation ist die Bewertung von zumindest 100 interviewten Personen. Zusätzlich wurde (nach Aussage des Kunden) ein umfassendes Beratungsgespräch im vergangenen Jahr durchgeführt. Das Bewertungskriterium ist die Wahrscheinlichkeit der Weiterempfehlung des Beraters (nicht der NPS des Institutes).

## Das FMVÖ-Recommendender-Gütesiegel

In jeder Kategorie wird der Sieger mit dem höchsten NPS-Wert seiner Kategorie ermittelt und mit dem FMVÖ-Recommendender-Award ausgezeichnet. Zusätzlich zur Siegerehrung in den einzelnen Kategorien wird jedem Institut, das die zuvor genannten Qualifikationskriterien einer Preiskategorie erfüllt und die nachfolgend angeführten NPS-Schwellenwerte übersteigt, vom FMVÖ ein Gütesiegel für Kundenorientierung verliehen:

- a) Exzellente Kundenorientierung: > 15 % über dem Marktdurchschnitt der letzten 5 Jahre
- b) Hervorragende Kundenorientierung: > 10 % über dem Marktdurchschnitt der letzten 5 Jahre
- c) Sehr gute Kundenorientierung: > 5 % über dem Marktdurchschnitt der letzten 5 Jahre



Das vom FMVÖ verliehene Recommendender-Gütesiegel wurde in der Branche positiv aufgenommen und wird von den Gewinnern auch bei zahlreichen Marketingmaßnahmen eingesetzt. Das markenrechtlich geschützte Gütesiegel des FMVÖ kann für interne und externe Kommunikationsmaßnahmen genutzt werden und ist gegen eine einmalige Lizenzgebühr erhältlich.

## Unsere Sponsoren



## Unsere Friends



