

FMVÖ-Recommend-Award 2023: „Die Talsohle ist erreicht“

- **FMVÖ-Recommend-Award in sechs Kategorien verliehen**
- **Hypo Vorarlberg legte deutlich zu und gewinnt „Aufsteiger des Jahres“**
- **Sechs Institute erhalten Recommend-Sonderpreise**
- **18 Finanzinstitute qualifizieren sich für Recommend-Gütesiegel**

Wien, 11. Mai 2023 – Der vom Finanz-Marketing Verband Österreich (FMVÖ) alljährlich verliehene Recommend-Award zeichnet die Finanzinstitute mit der höchsten Weiterempfehlung auf Kund:innenseite aus. Die feierliche Gala zur Verleihung der Awards in sechs Kategorien fand am 10. Mai im Palais Niederösterreich unter dem Motto „Wert der Herausforderungen“ statt. Bei den Versicherungen ging die begehrte Auszeichnung neben der Seriensiegerin GRAWE an die Kärntner Landesversicherung und die ÖBV. Als Preisträger im Bankenbereich wurden Erste Bank, Oberbank und Hypo Vorarlberg geehrt. Weiters wurden Sonderpreise an N26, Steiermärkische Sparkasse, Allianz, Wüstenrot und Allgemeine Sparkasse Oberösterreich überreicht.

In seiner Begrüßungsrede betonte **FMVÖ-Präsident Erich Mayer**, dass die Finanzbranche aktuell mit finanzwirtschaftlichen Herausforderungen und mittelfristig weiterhin mit Transformations-Projekten konfrontiert sei, die es zu thematisieren gilt: „Nach dem disruptiven Digitalisierungsschub durch die Covid-19-Pandemie ist die Finanzbranche als integrativer Bestandteil des Wirtschaftskreislaufes nun durch weitere multiple Krisen gefordert. Wir haben daher als Schwerpunkt für 2023 und auch als Motto der heutigen FMVÖ-Recommend-Gala ‚Wert der Herausforderungen‘ gewählt. Wir sehen es als unsere Aufgabe an, Herausforderungen als Chance zu definieren und zeigen gemeinsam mit Branchenvertreter:innen und Expert:innen mögliche Lösungswege auf.“ Als Keynote-Speaker fand **Zukunfts- und Trendforscher Tristan Horx** in seinem Vortrag „Die Welt von Übermorgen“ mahnende Worte: „Das Gefühl einer Dauerkrise lässt uns nicht los, das Stimmungsbild ist düster. Wenn die Roboter uns nicht den Garaus machen, wird der Klimawandel uns den Rest geben. Solche Zukunftsbilder sind nicht nur falsch, sie führen zu einer selbsterfüllenden Prophezeiung. Wir sollten uns gegen den Untergang im Kopf wehren, denn nur so gelingt ein besseres (Über)morgen.“

Trends aus der Recommend-Befragung 2023

Für den FMVÖ-Recommend-Award wurden im ersten Quartal 2023 mittels Telefon und online 8.000 Kund:innen österreichischer Banken und Versicherungen nach der Methode des Net Promoter-Score (NPS) befragt. Für die Umfrage zeichnete das Markt- und Meinungsforschungsinstitut Telemark Marketing verantwortlich. **Studienleiter Robert Sobotka** skizzierte bei der Gala die Trends der diesjährigen Befragung: „Der Net Promoter Score der Versicherungs- und auch der Bankenbranche liegt im heurigen Jahr mit 15 % gleichauf. Beide Sparten haben damit im Gegensatz zu 2022 jeweils einen Prozentpunkt eingebüßt. Vor allem bei den Banken ist dieser relativ geringe Rückgang angesichts der negativen Schlagzeilen im Befragungszeitraum etwas überraschend. Allerdings ist der NPS von 2021 auf 2022 bereits um 5 Prozentpunkte abgestürzt, es dürfte somit eine gewisse Talsohle bereits erreicht sein.“ Der Negativtrend spiegelt sich auch in der Anzahl der Recommend-Gütesiegel wider. Diese orientieren sich

am Branchen-NPS und werden in den Kategorien „exzellent“ (>15 % über dem Branchen-NPS), „hervorragend“ (>10 % über dem Branchen-NPS) und „sehr gut“ (>5 % über dem Branchen-NPS) vergeben. Überflügelten im Jahr 2022 noch 23 Institute den Branchendurchschnitt deutlich, konnten in diesem Jahr nur noch 18 Banken und Versicherungen die Urkunden für das Recommender-Gütesiegel entgegennehmen.

Das sind die diesjährigen Preisträger

Bei den **Großbanken** ging der FMVÖ-Recommender-Award erneut an die **Erste Bank**, die sich in diesem Jahr auch ein exzellentes Recommender-Gütesiegel sichern konnten. Die Kategorie der **überregionalen Banken** holte sich ebenfalls mit einem exzellenten Recommender-Gütesiegel die **Oberbank**. Mit einem exzellenten Recommender-Gütesiegel und deutlichem Respektabstand zum Zweitplatzierten wurde die **Hypo Vorarlberg** Siegerin der Kategorie **Regionalbanken**. Das Institut wurde aufgrund des höchsten Zuwachses bei der Weiterempfehlungsrate auch mit dem Sonderpreis „**Aufsteiger des Jahres**“ gekürt.

Die Kategorie der **bundesweiten Versicherungen** holte sich zum 11. Mal in Folge die **GRAWE** und erhielt dafür ebenfalls ein exzellentes Recommender-Gütesiegel. Als deutliche Siegerin ging auch die **Kärntner Landesversicherung** in der Kategorie **Regionalversicherungen** hervor und sicherte sich ein exzellentes Recommender-Gütesiegel. Bei den **Direkt- und Spezialversicherungen** siegte in diesem Jahr die **ÖBV**, die den Bewerb mit einem hervorragenden Recommender-Gütesiegel für sich entschied.

Neben den Hauptpreisen wurden auch Sonderpreise vergeben. Die Gewinner wurden mittels Zusatzfragen im Rahmen der Recommender-Umfrage erhoben. Die Auszeichnung für „**Beste Kund:innenberatung**“ ging bei den Banken an die **Steiermärkische Sparkasse**, bei den Versicherungen konnte sich die **Allianz** durchsetzen. Als Institut mit der „**Besten Schadensbearbeitung**“ wurde wie im Vorjahr die **Wüstenrot** ausgezeichnet, das „**Beste Kund:innenservice**“ attestierten die befragten Kund:innen der **Allgemeinen Sparkasse Oberösterreich** und als „**Beste Direktbank**“ ging die **N26** als Siegerin hervor.

Herausforderungen als Chance

Rund um das Veranstaltungsmotto fanden im Rahmen der Verleihung auch kurzweilige Vorträge von Branchenexperten statt. **Kurier Mediaprint Geschäftsführer Thomas Kralinger** sprach eingangs über die Bedeutung der Finanzbranche aus Sicht der Medienbranche und wie sich die Berichterstattung und der Marktanteil des Kurier angesichts der aktuellen Situation entwickelt hat. Es sei erforderlich, den Kurier für seine Leser:innen laufend zu optimieren: „Herausforderungen sollte man auch immer als Chance sehen – Chance, etwas neu zu erfinden, etwas zu verbessern oder zu überdenken“, betonte Kralinger und verwies dabei auf die hohe Leser:innen-Blatt-Bindung, die den Kurier nach wie vor auszeichnet. **Jürgen Leitner, Partner EFS Consulting**, widmete seinen Expertenvortrag dem Thema „Employee Experience – Für ein positives Kund:innenerlebnis und den Vertriebs Erfolg im Finanzservicesektor“. Employee Experience (EX) ist laut Leitner nicht nur für die Bindung der Mitarbeiter:innen unerlässlich: „Durch geringere Fluktuationsraten können Kompetenzen gehalten und Wissen besser weitergegeben

werden – das erhöht einerseits die Produktivität und Profitabilität von Unternehmen. Andererseits werden durch die längere Mitarbeitendenbindung Kosten im Recruiting und Onboarding sowie Effizienzverluste im Verkauf und in der Kund:innenbindung reduziert.“ Denn EX ist auch der Schlüssel für außerordentliche Kund:innenerlebnisse und langfristige Kund:innenbindung, da passionierte und glückliche Vertriebsmitarbeiter:innen auf Kund:innen überzeugender wirken – was sich im Umkehrschluss auch auf die Gesamtpformance des Unternehmens auswirkt.

Laut **Heiko Schmidl, Sales Manager von Intrum Austria**, erhöhen die anhaltend hohe Inflation und die Energiekrise massiv den Druck auf die privaten Haushalte mit niedrigen und mittleren Einkommen, gleichzeitig kämpfen Unternehmen mit multiplen Krisen. Diese Entwicklungen werden auch den Finanzsektor betreffen: Laut dem von Intrum jährlich in Auftrag gegebenen European Payment Report (EPR) befürchten fast 2/3 der Banken und Finanzdienstleister zunehmende Ausfälle von Kreditzahlungen in 2023. „Die multiplen Krisen, deren Auswirkungen die Unternehmen derzeit so stark spüren, erfordern ein pro-aktives Handeln. Zuletzt wurde aber bei vielen der Banken und Finanzdienstleister in den Backoffices Personal abgebaut und wenig Investitionen in Prozesse oder IT getätigt. Viele Bereiche des Backoffice wie das Forderungsmanagement gehören nicht mehr zum Kerngeschäft. Daher ist es erforderlich zu entscheiden, ob man das Thema externalisiert und mit einem professionellen Dienstleister arbeitet, um eine ausreichende Bearbeitung der steigenden Volumina zu sichern“, so Schmidl.

Die beiden Gründer von **Wocodea, Markus Nagl und Paula Czeiczil**, sprachen über den Auslöser, der zur Gründung und der Geschäftsidee von Wocodea führte – die digitale Mundpropaganda für Banken und Versicherungen. „Im heutigen Marktumfeld ist es für Finanzdienstleister eine große Herausforderung, mit ihren Marketingmaßnahmen immer auf dem neuesten Stand zu bleiben. Herausforderungen dienen dazu, traditionelle Wege zu hinterfragen und gegebenenfalls neue Wege aufzuzeigen. Wocodea möchte als neuer Marketingkanal dazu beitragen, den stationären und mobilen Vertrieb zu stärken und gleichzeitig Arbeitsplätze zu sichern. Wir sehen uns als sinnvolle Ergänzung zu KI-basierten CRM-Kampagnen“, so Markus Nagl. Paula Czeiczil führte aus, dass sie Menschen dazu ermutigen möchten, wieder mehr miteinander zu sprechen: „Unser neuer Slogan ‚Redet miteinander‘ ist eine freundliche Aufforderung an Vertriebsmitarbeiter, Kunden, Interessenten und deren Freunde und Familie. Mit unserer Werbekampagne möchten wir das Bewusstsein für die Bedeutung von Kommunikation und Zusammenarbeit stärken.“ Wie bereits in den vergangenen Jahren wurde bei der Gala ein Spendenscheck an die **Österreichische Krebshilfe Wien** überreicht, der heuer von Geschäftsführerin **Gaby Schubert-Sonnleitner** entgegengenommen wurde.

Partner und Sponsoren des FMVÖ-Recommendier 2023

EFS-Consulting, Intrum, WOCODEA, Echo-Medienhaus, Zürich Versicherung, Wiener Städtische Versicherung, bank99, Demner Merlicek Bergmann, Donau Versicherung, Falstaff, Gewista, GRAWE, Niederösterreichische Versicherung, Oberbank, Oberösterreichische, Raiffeisen sowie Telemark Marketing (Studienpartner) und KURIER, Leadersnet und ForumF (Medienpartner).

Über den Finanz-Marketing Verband Österreich (FMVÖ)

Der Finanz-Marketing Verband Österreich fungiert seit dem Jahr 1990 als Plattform für Marketing-, Kommunikations- und Vertriebsverantwortliche der Banken- und Versicherungsbranche in Österreich. Der Schwerpunkt liegt dabei auf dem Austausch zu aktuellen Branchenthemen, bspw. durch die Organisation regelmäßiger Veranstaltungen, aber auch der Erfahrungsaustausch und Networking unter Mitgliedern nimmt einen breiten Rahmen ein. Mit dem „FMVÖ-Recommend-Award“, bei dem alljährlich die Zufriedenheit der Kunden österreichischer Banken und Versicherungsunternehmen erhoben wird, hat der FMVÖ im Jahr 2007 ein wertvolles Marketingtool für die Branche ins Leben gerufen. In Kooperation mit Momentum Wien erscheint der wöchentliche ForumF Newsletter (www.forumf.at), der die österreichische Finanzwirtschaft über ein breites Spektrum an aktuellen Marketing- und Innovationsthemen auf dem Laufenden hält.

www.fmvoe.at

Rückfragehinweis:

Erich Mayer
Präsident Finanz-Marketing Verband Österreich
E-Mail: erich.mayer@fmvoe.at
Tel.: 0664/1324512