



## Branchenmonitor ÖGVS

Für Unternehmer und Geschäfte war das vergangene Jahr mit Lockdowns und häufig wechselnden Corona-Regeln nicht gerade einfach. Der ÖGVS-Branchenmonitor spiegelt die Bemühungen der Unternehmen und Geschäfte um ihre Kunden wider.

In Kooperation mit NEWS wurden mehr als 250.000 Kundenmeinungen zu insgesamt 1.825 Unternehmen aus 171 Branchen eingeholt. Wie schon im Vorjahr zeigten sich zwischen den Unternehmen und Branchen große Unterschiede

in der Kundenzufriedenheit. Während die am besten bewerteten Unternehmen auf einen Kundenzufriedenheits-Score von 8,56 von 10 möglichen Punkten kamen, schnitten die schlechtesten mit gerade mal 5,76 Punkten ab. Zu den beliebtesten Branchen mit der höchsten Kundenzufriedenheit zählen unter anderem Branchen in den Bereichen Essen & Trinken, Mode & Lifestyle. Eher unzufriedene Kunden haben, wie auch schon im vergangenen Jahr, Banken, egal ob im Online- oder Filialgeschäft,

galerie Kundenservice steht der ÖAMTC mit 8,59 gleichauf mit Siemens 8,59 an erster Stelle. Die Kategorie Preis/Leistung wird von Amazon mit 8,57 angeführt, gefolgt am zweiten Platz von Lidl mit 8,47 Punkten. Durchblicker hat in der Kategorie Preis/Leistung den achten Platz mit einer Punkteanzahl von 8,23 erreicht.

Zum „Branchen Champion 2022“ wurden in der Kategorie Geld, Banken & Versicherungen in der Unterkategorie Haushaltsversicherer auf den ersten Platz in der Kategorie Kundenzufriedenheit die Generali mit 7,59, gefolgt von der Zurich mit 7,48 und der UNIQA mit 7,39 gewählt. In der Kategorie Kundenservice steht die UNIQA mit 7,52 auf dem ersten Platz, gefolgt von Generali mit 7,49 und SMART 7,43. Den ersten Platz in der Kategorie Preis/Leistung erreichte SMART mit 7,23 Punkten, gefolgt von Allianz mit 7,23 und der VAV mit 7,14 Punkten.

Die Kfz-Versicherer haben folgende Ergebnisse erzielt: Kundenzufriedenheit – erster Platz Generali mit 7,65, zweiter Platz Allianz mit 7,61 und UNIQA mit 7,56. Kundenservice: erster Platz ERGO mit 7,69 Punkten, gefolgt von UNIQA mit 7,64 und Allianz mit 7,59. In der Kategorie Preis/Leistung steht die VAV

Versicherung mit 7,39 Punkten am ersten Platz, zweiter Platz HDI mit 7,32 und Allianz mit 7,29 Punkten.

Die Rechtsschutzversicherer teilen sich die Plätze in der Kategorie Kundenzufriedenheit wie folgt auf: erster Platz DAS mit 7,72, zweiter Platz UNIQA 7,48 und Generali mit 7,38 Punkten. Kundenservice – hier erreichte die ARAG mit 7,69 den ersten Platz, gefolgt von D.A.S. mit 7,51 Punkten und Generali mit 7,3 Punkten. In der Kategorie Preis/Leistung erreichte die UNIQA mit 7,44 den ersten Platz vor muki mit 7,14 und Zurich mit 7,01 Punkten.

„In einem stark umworbene Markt wie der Versicherungsbranche ist es für uns eine enorme Auszeichnung, unter den österreichischen Rechtsschutzanbietern zum Branchensieger in punkto Kundenzufriedenheit gewählt zu werden. Es bestärkt uns darin, auf dem richtigen Weg zu sein, weshalb wir unseren Fokus auch weiterhin auf die Bedürfnisse und Erwartungen unserer Kundinnen und Kunden richten werden“, informiert Johannes Loinger, Vorsitzender des D.A.S.-Vorstands.

„Schon immer haben wir unsere Produkte und Services auf unsere Kunden ausgerichtet. Seit rund einem Jahr ver-

und Versicherer. Branchenübergreifend wurden aus den insgesamt 1.825 Unternehmen die Top 300 ermittelt. Diese Unternehmen dürfen den Titel „Kunden-Champion 2022“ tragen. Zusätzlich gibt es auch die Auszeichnung „Branchen-Champions 2022“. Neben dem ersten Platz in jeder Branche wurden je nach Anzahl der in die Auswertung eingehenden Unternehmen entweder die Top 3 (ab 10 Unternehmen pro Branche) bzw. die Top 5 (ab 20 Unternehmen pro Branche) ausgezeichnet.

Zum „Kunden-Champion 2022“ in der Kategorie Kundenzufriedenheit wurde Hofer mit 8,56 Punkten gewählt, gefolgt von Amazon mit 8,55 und ÖAMTC mit 8,54 Punkten. In der Kate-



Johannes Loinger

folgen wir dies verstärkt über ein umfangreiches Strategieprojekt, das sich der sogenannten Kundenzentrierung verschrieben hat: Entlang der gesamten Customer Journey mit der D.A.S. analysieren wir die unterschiedlichen Kontaktpunkte. Dabei stellen wir die vom Kunden empfundene Übereinstimmung mit den Erwartungen fest und initiieren entsprechende Maßnahmen und Initiativen, um diese Kontaktpunkte stets zu optimieren. Ja – und der erste Lohn für diese Bemühung der gesamten D.A.S. ist wohl diese Auszeichnung“, führt Loinger weiter aus.