

FMVÖ-Recommendergala 2020: Strahlende Sieger bei der ersten virtuellen Verleihung des Awards

OLN NEWS, MEDIEN, AGENTUREN, FINANZ & IMMO, LEADERSNET.TV, CORONAVIRUS | 26.05.2020

Sechs Banken und Versicherungen für die höchste Weiterempfehlungsbereitschaft ausgezeichnet – LEADERSNET übertrug live.



Markus Gremmel, Erich Mayer, Robert Sobotka und Werner Schediwy © LEADERSNET

Österreichs größte Jury in Form von 8.000 Bank- und Versicherungskunden hat entschieden: Basierend auf einer Umfrage im ersten Quartal durch das Marktforschungsinstitut Telemark Marketing wurden die Banken und Versicherungen mit der höchsten Weiterempfehlungsbereitschaft in sechs Kategorien eruiert.

Das sind die Gewinner

Die 14. FMVÖ-Recommendergala zur Verleihung der begehrten FMVÖ-Recommenderauszeichnungen wurde aufgrund der aktuellen Situation ins World Wide Web verlegt. So konnte der Seriensieger easybank diesmal vor einem Online Publikum via LEADERSNET-Live-Stream den Preis für die beste Direkt-, Spezial- und Privatbank entgegennehmen. Der FMVÖ-Recommendergewinner für die beste Regionalversicherung ging heuer ins südlichste Bundesland an die Kärntner Sparkasse. In der Kategorie "Großbanken" setzte sich wie im Vorjahr die Erste Bank durch. Ebenfalls auf digitalem Weg erhielt die VAV Versicherung den Award als beste Direkt- und Spezialversicherung, die zum ersten Mal diese Kategorie gewinnen konnte.

Wie bei den Banken ging auch bei den regionalen Versicherungen der Hauptgewinn an ein Kärntner Institut: die Kärntner Landesversicherung, die ihren Vorjahressieg damit wiederholen konnte. Ebenfalls kein unbeschriebenes Blatt unter den Recommendergewinnern ist die GRAWE, die in diesem Jahr den Recommendergewinn wieder nach Graz holte und bei den bundesweiten Versicherungen damit seit 2014 unangefochten an der Spitze steht.

Wie FMVÖ-Präsident Erich Mayer im Rahmen der digitalen Verleihung betonte, war es dem Verband ein Anliegen, den Gewinnern auch im Jahr der Corona-Pandemie einen gebührenden Rahmen für die Verleihung zu bieten: "Wir haben für das heurige Jahr ein neues Format entwickelt, das der Bedeutung dieses Awards gerecht wird und den Preisträgern eine attraktive virtuelle Bühne bietet. Es freut uns, dass diese Art der Verleihung nicht nur bei den Preisträgern selbst, sondern – wie die hohen Zugriffszahlen auf die Übertragung zeigen – auch in der Branche generell auf großes Interesse gestoßen ist."

Gewinner der Sonderpreise

Zusätzlich zum FMVÖ-Recommendergewinn wurden in diesem Jahr vier Sonderpreise verliehen, deren Gewinner ebenfalls live zugeschaltet wurden. Die Auszeichnung als „Aufsteiger des Jahres“ erhielt in diesem Jahr die VKB-Bank, die den größten Zuwachs an Kundenzufriedenheit verzeichnete: Sie konnte ihren NPS-Wert, der zur Bewertung herangezogen wird, gegenüber dem Vorjahr um 20 Prozent steigern.

Seit 2018 werden im Rahmen der FMVÖ-Recommendergala auch die Leistungen der Kundenbetreuer prämiert, die einen wichtigen Beitrag zur Zufriedenheit der Kunden leisten. Den höchsten NPS-Wert erzielte diesmal die Berater der Erste Bank, im Versicherungsbereich ging der Preis an die Generali. Ein weiterer im Versicherungsbereich verbogener Sonderpreis ist die Auszeichnung "Beste Schadensbearbeitung", bei der sich die Helvetia in einem Kopf-an-Kopf-Rennen knapp vor der GRAWE durchsetzen konnte. Diese Auszeichnung wurde in diesem Jahr erstmals im Rahmen des FMVÖ-Recommendergewinns vergeben.

Net Promoter Score: Engeres Zusammenrücken

Als Messmethode für den FMVÖ-Recommendergewinn wird der vom US-amerikanischen Unternehmensberater Frederick F. Reichheld entwickelte Net Promoter Score (NPS) herangezogen, anhand dessen die Weiterempfehlungsbereitschaft der Kunden für die einzelnen Institute erhoben wird. Als Kriterium für die Vergabe des FMVÖ-Recommendergewinns in den Kategorien exzellente, hervorragende und sehr gute Kundenorientierung dient der Branchen-NPS der Banken und Versicherungen.

Das FMVÖ-Recommendergewinnsiegel geht an jene Unternehmen, deren NPS-Wert mindestens fünf Prozentpunkte über dem Branchendurchschnitts-NPS der letzten fünf Jahre liegt. Wie Studienleiter Robert Sobotka von Telemark Marketing erklärt, gab es gegenüber