

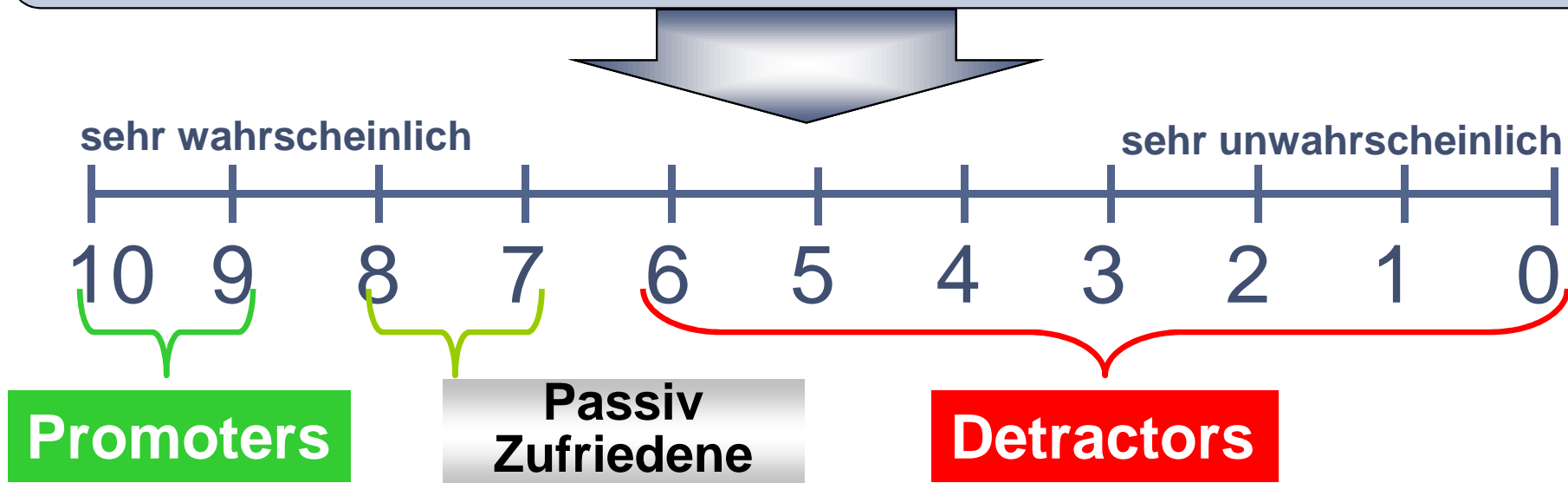
Recommender 2007 bis 2016

Hauptergebnisse in der Zeitreihe

Dkfm. Josef Redl
Finanz-Marketing Verband Österreich

Evaluierung der Kundenzufriedenheit im Sinne der Weiterempfehlungsbereitschaft

„Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie *Unternehmen XY* einem/r Freund/in oder Kollegen/in weiterempfehlen?“



Net Promoter Score[®] = % Promoters – % Detractors

NPS: Differenz zwischen Anteil der Kunden, die „ihre“ Marke/Produkt aktiv weiterempfehlen und denen, die eher kritisch eingestellt sind.

Entwicklung der Stichprobe für den Recommender

- 2007: 1.800 Befragte
- 2008: 3.500 Befragte
- 2009: 3.500 Befragte
- 2010: 5.000 Befragte
- 2011: 6.000 Befragte
- 2012: 7.000 Befragte
- 2013: 8.000 Befragte
- 2014: 8.000 Befragte
- 2015: 8.000 Befragte
- 2016: 9.000 Befragte
- Marktforschungspartner für den FMVÖ: von Beginn an Telemark Marketing, MMag. Robert Sobotka, MBA

Entwicklung der Anzahl der getesteten Banken, Versicherungen u. Bausparkassen

	Banken	Versicherungen	Bausparkassen	Summe
▪ 2007	11	10		21
▪ 2008	21	11		32
▪ 2009	21	12	4	37
▪ 2010	21	17	4	42
▪ 2011	24	20	4	48
▪ 2012	27	22	4	53
▪ 2013	28	23	4	55
▪ 2014	29	25	4	58
▪ 2015	32	25	4	61
▪ 2016	36	25	4	64

Erkenntnisse aus den bisherigen Erhebungen

- Banken haben nach der Finanzkrise wieder aufgeholt, Versicherungen sind als Branche erstmals 2010 positiv. NPS-Ergebnisse in % im Durchschnitt:

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Banken	13	12	2	10	11	17	14	21	18	19
Versicherungen	-3	-3	-3	6	6	8	8	14	10	9
Bausparkassen			0	16	10	9	10	16	12	11

- 2016: Ergebnisse im Vergleich zum Vorjahr mehr oder weniger stabil. Werte sowohl bei Banken als auch Versicherungen über Vorkrisenniveau.

Bandbreite in den NPS-Ergebnissen

Bandbreite in den Ergebnissen bei Banken seit 2009 deutlich höher als bei Versicherungen. 2016 folgendermaßen:

Bandbreite Banken: **83 %-Punkte** (beste **61 %**, schlechteste **- 22 %**)

Bandbreite Versich.: **61 %-Punkte** (beste **38 %**, schlechteste **- 23 %**)

Bandbreite Bausp.: **8 %-Punkte** (beste **16 %**, schlechteste **8 %**)

Bandbreite overall in 10 Jahren

bester NPS-Wert in %	+ 62
schlechtester NPS-Wert in %	- 23
Differenz in %-Punkten	85

Die Differenz ist ein gigantisches **gewonnenes** oder **verlorenes** Kundenkapital !!!

Weiterempfehlungsbereitschaft und tatsächliche Weiterempfehlung

Tatsächliche Weiterempfehlung Hauptbank- / Hauptversicherungskunden in % der Weiterempfehlungsbereitschaft:

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Bankkunden	53	45	53	54	54	52	57
Versicherungskunden	45	44	48	55	55	54	56

Hauptkriterium für positiven NPS 2016

	Beratungsgespräch	
	ja %	nein * %
Hauptbank	45	55
Hauptversicherung	50	50
	NPS %	NPS %
Hauptbank	+ 35	3
Hauptversicherung	+ 29	- 12

* bzw. keine Angabe