



© PantherMedia.net/PeopleImages.com

# Ohne Vertrauen geht bei Finanzen gar nichts

FMVÖ-Studie: Vertrauen in die Marke eines Finanzinstituts hat starke Auswirkung auf Kundenloyalität und Bereitschaft zur Weiterempfehlung.

•• Von Reinhard Krémer

**W**ie sehr vertrauen Sie Bank/Versicherung XY auf einer Skala von 0 bis 10?“, so lautete die zentrale Frage der unter der Leitung von FMVÖ-Vorstand und Telemarketing-Geschäftsführer Robert Sobotka durchgeführten Studie

unter Kunden von österreichischen Banken und Versicherungen. Untersucht wurde dabei, inwieweit das Vertrauen in das jeweilige Finanzinstitut mit der Weiterempfehlungsbereitschaft zusammenhängt.

Zur besseren Vergleichbarkeit wurden als Methodiken der Net Trust Score (NTS) und der Net Promoter Score (NPS) herangezogen.

In beiden Branchen konnte dabei ein starker Zusammenhang zwischen Vertrauen, Weiterempfehlung und Zufriedenheit festgestellt werden, zwischen Banken und Versicherungen gibt es allerdings auch deutliche Unterschiede.

„Banken genießen mit einem durchschnittlichen NTS von 24,8 Prozent grundsätzlich ein höheres Vertrauen als Versiche-

rungen, die auf 18,8 Prozent kommen“, sagt Robert Sobotka.

Während die Unterschiede zwischen den einzelnen Bankinstituten mitunter sehr deutlich ausfallen (hier liegt die Bandbreite zwischen +37% und minus vier Prozent), liegt der Großteil der Versicherungen beim Vertrauensindex zwischen 14% und 23% – mit nur wenigen Ausreißern nach oben und unten.