

Altersfrage

Bei den unter 30-Jährigen ist das Vertrauen in Versicherungen mit einem Wert von 7,8% am geringsten, in der Altersgruppe 30 bis 60 Jahre springt dieser Wert sprunghaft auf 19,7% an.

Betrachtet man die Entwicklung über einen längeren Zeitraum, zeigen sich wiederum Ähnlichkeiten: „Das Vertrauen ist in beiden Branchen seit 2010 deutlich gestiegen. Während in den ersten Jahren der Pandemie die NTS-Werte nahezu konstant geblieben sind, sehen wir von 2022 auf 2023 wieder einen leichten Rückgang“, erläutert Sobotka.

Basis für die Kundenloyalität

Vergleicht man das Vertrauen (NTS) mit der Weiterempfehlungsbereitschaft (NPS), ist in beiden Branchen beobachtbar, dass die NTS-Werte zum Teil deutlich höher sind als die NPS-Werte, wie Sobotka betont: „NTS und NPS sind zwar unterschiedlich hoch, gehen aber Hand in Hand – sinkt das Vertrauen, ist das auch deutlich bei der Weiterempfehlungsbereitschaft herauslesbar. Daraus lässt sich schließen, dass Vertrauen die

Basis für die Weiterempfehlungsbereitschaft ist.“

Eine vertiefende Studie unter österreichischen Bankkunden hat gezeigt, dass das Vertrauen in die Marke einen großen Einfluss auf die Kundenloyalität ausübt.

Transparenz & Wohlwollen

Einflussfaktoren wie Konditionen, angebotene Produkte und Vertrauen in die Person des Bankberaters zeigen eine deutliche Tendenz: „Die Qualität der Bankprodukte sowie die Konditionen haben keinen messbaren Einfluss auf das Vertrauen. Hingegen ist das Vertrauen in die Person des Bankberaters und in die Branche zwar messbar, hat aber nur einen geringen Einfluss auf die Marke und in weiterer Folge auch auf die Kundenloyalität. Transparenz und Wohlwollen im Umgang mit den Kunden sind laut unseren Ergebnissen die entscheidenden Faktoren für die Vertrauensbildung“, fasst Sobotka die Kernergebnisse der FMVÖ-Studie zusammen.

Was Vertrauen bringt

In beiden Branchen steigt das Vertrauen mit der Dauer des Kundenverhältnisses – wobei bei Banken ab einer Dauer von sechs Jahren keine Veränderung mehr messbar ist.

Bei Versicherungen hingegen bleibt das Vertrauen während

Hohe Bandbreite

Zwischen den einzelnen Bankinstituten fallen die Unterschiede mitunter sehr deutlich aus – die Bandbreite liegt zwischen +37% und -4%. Bei Versicherungen liegt der Großteil beim Vertrauensindex zwischen 14% und 23%.

+37%



© FMVÖ/Hörmandinger

”

Banken genießen mit einem durchschnittlichen NTS von 24,8 Prozent grundsätzlich ein höheres Vertrauen als Versicherungen, die auf 18,8 Prozent kommen. Das Vertrauen ist in beiden Branchen seit 2010 gestiegen.

Robert Sobotka
FMVÖ

“

einer Kundenbindungszeit von zwei bis zehn Jahren konstant, um danach erneut anzusteigen.

Häufigerer Kundenkontakt geht auch mit höherem Vertrauen einher – so ist schon bei einem einmaligen Kontakt pro Jahr ein dreifacher NTS-Wert bei Banken und sogar ein vierfacher NTS-Wert bei Versicherungen erkennbar. „Bei persönlichem bzw. telefonischem Kontakt oder bei Beratungsgesprächen steigen die Vertrauenswerte in das Institut sprunghaft an. Dass sogar das reine Angebot eines Beratungsgesprächs dafür ausreicht, das Vertrauen zu erhöhen, zeigt, dass es bei Finanzgeschäften ‚menschelt‘. Auch die richtige Mischung macht es aus – reine Online- und reine Filialkunden unterscheiden sich kaum hinsichtlich ihres Vertrauensindex. Aber deutlich höher sind Vertrauen und Weiterempfehlungsbereitschaft bei jenen Kunden ausgeprägt, die sowohl die Filiale besuchen als auch das Online-Angebot nutzen“, sagt Sobotka. Sowohl bei Banken als auch Versicherungen konnten keine

nennenswerten Geschlechterunterschiede hinsichtlich des Vertrauensindex gemessen werden.

Während Männer ein leicht höheres Vertrauen in Banken aufweisen, verhielt es sich bei Versicherungen genau umgekehrt.

Wer wem wie vertraut

Beim Bildungsstand war erkennbar, dass das Vertrauen mit der Höhe des Bildungsgrades zurückgeht.

Bewohner von Singlehaushalten weisen ebenfalls ein geringeres Vertrauen in Banken und Versicherungen auf als jene von Mehrpersonenhaushalten. Bei Banken hat der Migrationshintergrund keinen Einfluss auf das Vertrauen – allerdings ist in dieser Bevölkerungsgruppe ein höherer NTS-Score in Bezug auf Versicherungen messbar.

Die ältere Bevölkerungsgruppe ab 60 weist das höchste Vertrauen in Finanzinstitute auf. Bei Banken sind ähnliche Werte bei der Gruppe der unter 30-Jährigen und bei den 30- bis 60-Jährigen messbar.

Bei den unter 30-Jährigen ist das Vertrauen in Versicherungen mit einem Wert von 7,8% am geringsten, in der Altersgruppe 30 bis 60 Jahre springt dieser Wert sprunghaft auf 19,7% an.

Über die Studie**Vertiefende Befragung**

Das Projektteam der Vertrauensstudie – Telemark Marketing, Wirtschaftsuniversität Wien und FH Wiener Neustadt – wählte zusätzlich zur alljährlichen Umfrage für den FMVÖ-Recommend-Award 400 Teilnehmer aus, mit denen eine vertiefende Befragung durchgeführt wurde. Dafür kam die Methodik des Net Trust Scores (NTS) sowie eine PLS-Analyse zur Anwendung. Die Studie wurde unter der Leitung von FMVÖ-Vorstand Robert Sobotka vom Marktforschungsinstitut Telemark Marketing durchgeführt.