

NACHLESE ZUM 14. RECOMMENDER

Der österreichische Award für die Kundenorientierung
von Banken und Versicherungen verliehen vom
Finanz-Marketing Verband Österreich

Dienstag, 26. Mai 2020 als Livestream



Sehr geehrte Damen und Herren,

es erfüllt uns mit Freude und Stolz, dass wir den FMVÖ-Recommenderr, den Kundenzufriedenheits-Award des Finanz-Marketing Verband Österreich (FMVÖ), bereits zum 14. Mal vergeben konnten.

Durch die aktuelle Situation konnten wir heuer die Verleihung der FMVÖ-Recommenderr leider nicht im Rahmen der üblichen feierlichen Gala vornehmen. Wir haben daher für das heurige Jahr ein neues Format entwickelt, das der Bedeutung dieses Awards gerecht wurde und den Preisträgern eine attraktive virtuelle Bühne bot.

Wir sind überzeugt, dass wir mit dem FMVÖ-Recommenderr für die Unternehmen der österreichischen Finanzbranche ein nützliches Instrument ins Leben gerufen haben. Wichtig ist anzumerken, dass die Befragung der 8.000 Kundinnen und Kunden im Zeitraum Jänner bis Anfang März durchgeführt wurde. Damit sind die Ergebnisse unbeeinflusst durch die Corona-Krise.

Es freut uns sehr, dass sich der FMVÖ-Recommenderr in der österreichischen Finanzwirtschaft zu einer so anerkannten Institution entwickelt hat. Dafür sprechen nicht nur das wachsende Medienecho rund um die Veranstaltung, sondern auch dass immer mehr Versicherungen und Banken das ihnen verliehene Gütesiegel in der Unternehmens-Kommunikation verwenden. Dies und die positive Resonanz aus dem Bank- und Versicherungsbereich stärkt uns in unseren Bemühungen, weiterhin im Dienste der Finanzwirtschaft und ihrer Kunden tätig zu sein.

Mit dieser Nachlese zum FMVÖ-Recommenderr möchten wir auf den folgenden Seiten die wichtigsten Informationen über den Award noch einmal für Sie zusammenfassen. Weiters wollen wir uns wieder herzlich bei all jenen bedanken, die ein Zustandekommen des FMVÖ-Recommenderr möglich gemacht haben: Unser Marktforschungspartner Telemark Marketing, unser Medienpartner KURIER, unsere Sponsoren und alle beteiligten Banken und Versicherungen, die sich dem „Stresstest Weiterempfehlungsbereitschaft“ unterzogen haben. Unser besonderer Dank gilt Leadersnet. TV by Opinion Leaders Network, die unsere digitale Transformation professionell begleitet und die diesjährige virtuelle Verleihung unter besonders schwierigen Rahmenbedingungen spannend und informativ gestaltet haben.

Wir hoffen im Sinne aller Beteiligten, mit diesem Award auch in den kommenden Jahren zur Zufriedenheit der österreichischen Bank- und Versicherungskunden beitragen zu können.

Wir freuen uns auf den Recommenderr 2021!

Erich Mayer
Präsident

Mag. Theres Ladstätter
Generalsekretärin

Finanz-Marketing Verband Österreich
Postfach 374, 1011 Wien
E. office@fmvoe.at
T. +43 (0)699 11896887
W. www.fmvoe.at

DAS WICHTIGSTE AUF EINEN BLICK

WORUM GEHT ES BEIM FMVÖ-RECOMMENDER?

Der FMVÖ-Recommenderr misst alljährlich die Weiterempfehlungsbereitschaft von Bank- und Versicherungskunden. Diese ist nicht nur ein ausgezeichneter Indikator für die Kundenorientierung in der Finanzwirtschaft, sondern hat auch einen empirisch nachgewiesenen Einfluss auf das Wachstum von Unternehmen.

AUF WELCHER GRUNDLAGE ERFOLGT DIE BEWERTUNG?

Basis ist eine Befragung von 8.000 Bank- und Versicherungskunden, die vom Marktforschungsinstitut Telemark Marketing im ersten Quartal 2020 durchgeführt wurde. Zur Bewertung der Weiterempfehlungsbereitschaft und damit als Basis für die Preisverleihung wird die Methode des „Net Promoter Score“ (NPS®) herangezogen..

WER BEKOMMT EIN GÜTESIEGEL DES FMVÖ?

Banken und Versicherungen, deren NPS-Wert den Durchschnitts-NPS der jeweiligen Branche in den letzten fünf Jahren um mindestens 5 (sehr gut), 10 (hervorragend) oder 15 (exzellent) Prozentpunkte übertrifft bzw. den jeweiligen Schwellenwert zumindest erreicht, erhalten das ihrem NPS-Wert entsprechende FMVÖ-Gütesiegel. Das Institut mit dem höchsten NPS-Wert in seiner Kategorie wird außerdem mit dem begehrten FMVÖ-Recommenderr-Award ausgezeichnet.

Weitergehende Informationen finden Sie auf den Seiten 5 bis 9 oder auf unserer Website [**www.fmvoe.at**](http://www.fmvoe.at).

DIE FMVÖ-RECOMMENDER-GEWINNER 2020 IM ÜBERBLICK

SIEGER	PREISKATEGORIE
BANKEN	
easybank (BAWAG P.S.K. Bank für Arbeit und Wirtschaft und Österreichische Postsparkasse AG)	Direkt-, Spezial- und Privatbanken
Kärntner Sparkasse AG	Regionalbanken
Erste Bank der oesterreichischen Sparkassen AG	Großbanken
VERSICHERUNGEN	
VAV Versicherungs-Aktiengesellschaft	Direkt- und Spezialversicherungen
Kärntner Landesversicherung auf Gegenseitigkeit	Regionalversicherungen
GRAWE	Versicherung bundesweit
SONDERPREISE	
Volkskreditbank AG	Aufsteiger des Jahres
Erste Bank der oesterreichischen Sparkassen AG	Bank mit der besten Kundenberatung
Generali Versicherung AG	Versicherung mit der besten Kundenberatung
Helvetia Versicherungen AG	Bestes Schadensmanagement

FMVÖ-RECOMMENDER-GÜTESIEGEL 2020 IM ÜBERBLICK

EMPFÄNGER	PREISKATEGORIE
EXZELLENT E KUNDENORIENTIERUNG	
GRAWE	Versicherungen bundesweit
Kärntner Landesversicherung auf Gegenseitigkeit	Regionalversicherungen
Vorarlberger Landes-Versicherung VaG	Regionalversicherungen
Erste Bank der oesterreichischen Sparkassen AG	Großbanken
easybank (BAWAG P.S.K. Bank für Arbeit und Wirtschaft und Österreichische Postsparkasse AG)	Direkt-, Spezial- und Privatbanken
Kärntner Sparkasse AG	Regionalbanken
Hypo Vorarlberg Bank AG	Regionalbanken
Volkskreditbank AG	Regionalbanken
Steiermärkische Bank und Sparkasse AG	Regionalbanken
HERVORRAG E KUNDENORIENTIERUNG	
Helvetia Versicherungen AG	Versicherungen bundesweit
Niederösterreichische Versicherung AG	Regionalversicherungen
VAV Versicherungs-Aktiengesellschaft	Direkt- und Spezialversicherungen
ING-DiBa Austria	Direkt-, Spezial- und Privatbanken
BKS Bank AG	Regionalbanken
BTV Vier Länder Bank	Regionalbanken
SEHR GUTE KUNDENORIENTIERUNG	
Generali Versicherung AG	Versicherungen bundesweit
UNIQA Versicherungen AG	Versicherungen bundesweit
Allianz-Elementar Versicherungs-AG	Versicherungen bundesweit
Österreichische Beamtenversicherung, VVaG	Direkt- und Spezialversicherungen
s Versicherung (Wiener Städtische Versicherung AG Vienna Insurance Group)	Direkt- und Spezialversicherungen
muki Versicherungsverein auf Gegenseitigkeit	Direkt- und Spezialversicherungen
Zürich Connect (Zürich Versicherungs-AG)	Direkt- und Spezialversicherungen
Raiffeisenlandesbank Oberösterreich AG	Großbanken
Oberbank AG	Regionalbanken
Tiroler Sparkasse Bank AG	Regionalbanken
Salzburger Sparkasse Bank AG	Regionalbanken
Allg. Sparkasse Oberösterreich AG	Regionalbanken

UNTERSUCHTE BANKEN UND VERSICHERUNGEN

GROSSBANKEN

- > BAWAG P.S.K. Bank für Arbeit und Wirtschaft und Österreichische Postsparkasse AG
- > Erste Bank der oesterreichischen Sparkassen AG
- > UniCredit Bank Austria AG
- > Raiffeisenlandesbank Niederösterreich-Wien AG
- > Raiffeisenlandesbank Oberösterreich AG

REGIONALBANKEN

- > Allg. Sparkasse Oberösterreich AG
- > BKS Bank AG
- > BTV Vier Länder Bank
- > HYPO-BANK BURGENLAND AG
- > Hypo NOE Landesbank AG
- > Hypo Tirol Bank AG
- > Hypo Vorarlberg Bank AG
- > Kärntner Sparkasse AG
- > Oberbank AG
- > Raiffeisenbankengruppe Burgenland
- > Raiffeisenlandesbank Kärnten rGenmbH
- > Raiffeisenlandesbank Steiermark AG
- > Raiffeisenlandesbank Tirol AG
- > Raiffeisenlandesbank Vorarlberg rGenmbH
- > Raiffeisenverband Salzburg rGenmbH
- > Salzburger Sparkasse Bank AG
- > Sparda Bank (Volksbank Wien AG)
- > Steiermärkische Bank und Sparkasse AG
- > Tiroler Sparkasse Bank AG
- > Volksbank Oberösterreich AG
- > Volksbank Salzburg eG
- > Volksbank Steiermark AG
- > VOLKSBANK WIEN AG
- > Volkskreditbank AG

DIREKT-, SPEZIAL- und PRIVATBANKEN

- > easybank (BAWAG P.S.K. Bank für Arbeit und Wirtschaft und Österreichische Postsparkasse AG)
- > ING-DiBa Austria

VERSICHERUNGEN bundesweit

- > Allianz-Elementar Versicherungs-AG
- > Donau Allgemeine Versicherungs-AG Vienna Insurance Group
- > ERGO Versicherung AG
- > Generali Versicherung AG
- > GRAWE
- > Helvetia Versicherungen AG
- > Merkur Versicherung AG
- > UNIQA Versicherungen AG
- > Wiener Städtische Versicherung AG Vienna Insurance Group
- > Wüstenrot Versicherungs-AG
- > Zürich Versicherungs-AG

REGIONALVERSICHERUNGEN

- > Kärntner Landesversicherung auf Gegenseitigkeit
- > Niederösterreichische Versicherung AG
- > Oberösterreichische Versicherung AG
- > TIROLER VERSICHERUNG V.a.G.
- > Vorarlberger Landes-Versicherung VaG

DIREKT- und SPEZIALVERSICHERUNGEN

- > ARAG SE
- > BAWAG P.S.K. Versicherung
- > HDI Versicherung AG
- > muki Versicherungsverein auf Gegenseitigkeit
- > Österreichische Beamtenversicherung, VVaG
- > Raiffeisen Versicherung AG
- > s Versicherung (Wiener Städtische Versicherung AG Vienna Insurance Group)
- > VAV Versicherungs-Aktiengesellschaft
- > Zürich Connect (Zürich Versicherungs-AG)

FMVÖ-RECOMMENDER: AUSZEICHNUNG FÜR HERAUSRAGENDE KUNDENORIENTIERUNG

ÖSTERREICHS BANKEN UND VERSICHERUNGEN UNTER DER LUPE

„... das Ziel eines Unternehmens besteht darin, Kunden zu finden und zu halten“, so bringt es Peter F. Drucker in seinem Standardwerk „The Practice of Management“ auf den Punkt. Frederick F. Reichheld wiederum sieht Loyalität als den entscheidenden Schlüsselfaktor für den Unternehmenserfolg an: Menschen mit einer hohen Zufriedenheit sind nicht nur der Marke gegenüber loyal, sondern auch grundsätzlich bereit, die Firma oder das Produkt weiterzuempfehlen. In seinem Buch „The Ultimate Question“ zeigt Reichheld, dass die Weiterempfehlungsbereitschaft von Kunden eine hohe Korrelation zum Unternehmenswachstum aufweist. Die Bereitwilligkeit zur Weiterempfehlung ist allerdings abhängig von der Branche, der Positionierung der Marke und vom jeweiligen Kulturkreis. So empfehlen beispielsweise US-Amerikaner generell etwas häufiger weiter als Europäer. Der Zusammenhang zwischen Weiterempfehlungsbereitschaft und Unternehmenswachstum wurde von Reichheld in allen untersuchten Bereichen nachgewiesen. Diese scheinbar simple Erkenntnis fand vor einigen Jahren, als der Net Promoter Score seinen Siegeszug angetreten hat, gewaltige mediale Aufmerksamkeit bei renommierten amerikanischen Wirtschaftsmagazinen (u. a. Wall Street Journal, Harvard Business Review und Consulting Magazine). In der Folge wurde Frederick F. Reichheld vom Consulting Magazine zu einem der 25 einflussreichsten Consultants gewählt.

Der Finanz-Marketing Verband Österreich setzt genau bei dieser Bereitschaft zur Weiterempfehlung an. Die Kernfrage des FMVÖ-Recommenderr lautet: Welche Bank und welche Versicherung verzeichnet die höchste Weiterempfehlungsbereitschaft ihrer Kunden? Dafür lässt der FMVÖ mittels einer repräsentativen Erhebung 8.000 Österreicherinnen und Österreicher zu Wort kommen – damit ist der FMVÖ-Recommenderr der Award mit der größten Jury Österreichs.

Durchgeführt wird die Befragung vom Marktforschungsinstitut Telemark Marketing. Ziel der Untersuchung ist es nicht, das „beste“ Institut auszuzeichnen. Prämiert werden vielmehr Institute, die Besonderes für die Kunden leisten und daher von ihnen am häufigsten weiterempfohlen werden. Diese Weiterempfehlungsbereitschaft wird vom FMVÖ als äußerst aussagekräftige Kenngröße gesehen, denn sie lässt nicht nur unmittelbare Rückschlüsse auf die Zufriedenheit der Kunden zu. Durch den nachgewiesenen Zusammenhang mit dem Unternehmenswachstum ist sie vielmehr auch aus betriebswirtschaftlicher Sicht mehr als relevant. Vergeben wird der FMVÖ-Recommenderr-Award an jene Banken und Versicherungen, die in ihrer jeweiligen Kategorie den höchsten NPS-Wert erreichen.

INFORMATIONEN ÜBER DIE UNTERSUCHUNGSMETHODE

METHODIK

Der FMVÖ-Recommendier ist Teil einer umfassenden Branchenstudie. Für diese Studie werden von Jänner bis März 2020 8.000 für Österreich repräsentative Bank- und Versicherungskunden per Zufall ausgewählt. Die Befragung erfolgt am Telefon bzw. online unter Zusicherung der Anonymität mittels eines standardisierten Fragebogens.

TEILNAHME

Anhand einer repräsentativen Stichprobe aller österreichischen Bank- und Versicherungskunden werden sämtliche Institute von ihren Kunden bewertet und die Ergebnisse gesammelt. Bei der Vergabe des FMVÖ-Recommendier werden allerdings nur Institute berücksichtigt, welche die auf den nachfolgenden Seiten definierten Voraussetzungen in den jeweiligen Preiskategorien erfüllen. Diese zumeist quantitativen Voraussetzungen sind aus statistischen Gründen notwendig, da bei zu kleinen Teilstichproben die Aussagekraft der Bewertungsscores zu gering ist.

PREISVERGABE

Die Basis der Preisverleihung sind die NPS-Werte der einzelnen Institute in der österreichweiten Stichprobe der 8.000 befragten Kunden. Als Sieger wird jenes Institut pro Kategorie ausgezeichnet, für das der höchste NPS-Wert (Hauptkunden bzw. Haupt- und Zweithkunden) gemessen wurde. Unterscheidet sich der NPS-Wert von zwei Instituten um weniger als einen Prozentpunkt, so wird als Zusatzkriterium der Prozentsatz der Promotoren (Bewertungen 10 und 9) zur Wertung herangezogen. Unterscheidet sich auch dieser Wert um weniger als einen Prozentpunkt, so wird in weiterer Folge der NPS-Wert der Haupt- und Zweithkunden (Kategorien 1 und 4) bzw. der NPS-Wert der Hauptkunden (Kategorien 2, 3, 5 und 6) zur Wertung herangezogen. Unterscheidet sich auch dieser NPS-Wert von diesen Instituten um weniger als einen Prozentpunkt, so wird analog als Zusatzkriterium der Prozentsatz der Promotoren (Bewertungen 10 und 9) zur Wertung herangezogen. Sollte die Anwendung dieser Zusatzkriterien zu keinem Unterschied führen, der größer als ein Prozentpunkt ist, so werden diese Institute letztendlich „ex aequo“ gewertet. Sektorkassen (Raiffeisen, Sparkassen, Volksbanken, Hypobanken) werden bundesländerweise zusammengefasst.

Die Durchführung der FMVÖ-Recommendier-Befragung erfolgt in Kooperation mit dem Marktforschungsinstitut Telemark Marketing, einem langjährigen FMVÖ-Mitglied. Veröffentlicht werden die Erstplatzierten der acht Kategorien sowie alle Institute, die sich aufgrund ihres NPS-Werts für eines der Gütesiegel qualifizieren. Alle Institute erhalten jedoch auf Anfrage ihren NPS-Wert und ihre Platzierung kostenlos mitgeteilt.

HABEN SIE INTERESSE AN IHREN DETAILLIERTEN EINZELERGEBNISSEN?

Im Rahmen der Befragung durch Telemark Marketing wurde nicht nur die Weiterempfehlungsbereitschaft Ihrer Kunden erhoben, sondern auch eine Reihe weiterer Fragen zum Thema Kundenzufriedenheit gestellt.

Sollten Sie Interesse an den Ergebnissen haben, können Sie diese direkt bei Telemark Marketing erwerben:

MMag. Robert Sobotka, MBA
Geschäftsführer Telemark Marketing
1140 Wien, Zehetnergasse 6
T. +43 (0)1 8928585 -1013
E. robert.sobotka@telemark-marketing.com

PREISKATEGORIEN

1. GROSSBANKEN

Voraussetzung für die Qualifikation:

- > Mindestbilanzsumme: 25 Mrd. Euro
- > Nennung des Institutes als Hauptbankverbindung von zumindest 100 interviewten Personen in der Stichprobe der 8.000 Befragten (statistische Aussagekraft)
- > Bewertungskriterium: NPS der Hauptbankverbindung

2. REGIONALBANKEN

Voraussetzung für die Qualifikation:

- > Nennung als Hauptbank- oder Zweitbankverbindung von zumindest 50 interviewten Personen in der Stichprobe der 8.000 Befragten (statistische Aussagekraft)
- > Um als Regionalbank gewertet zu werden, darf sich das Marktgebiet des Institutes auf maximal sechs Bundesländer erstrecken
- > Zusätzlich darf das Institut nicht für den Bewerb 1 qualifiziert sein
- > Bewertungskriterium: NPS der Haupt- und Zweitbankverbindung

3. DIREKT-, SPEZIAL- UND PRIVATBANKEN

Voraussetzung für die Qualifikation:

- > Nennung als Hauptbank- oder Zweitbankverbindung von zumindest 50 interviewten Personen in der Stichprobe der 8.000 Befragten (statistische Aussagekraft)
- > Zusätzlich darf das Institut nicht für die Bewerbe 1 oder 2 qualifiziert sein
- > Bewertungskriterium: NPS der Haupt- und Zweitbankverbindung

4. VERSICHERUNGEN BUNDESWEIT

Voraussetzung für die Qualifikation:

- > Nennung des Institutes als Hauptversicherung von zumindest 100 interviewten Personen in der Stichprobe der 8.000 Befragten (statistische Aussagekraft)
- > Diese Personen in der Stichprobe müssen sich auf zumindest sieben Bundesländer verteilen (bundesweit tätiges Institut)
- > Bewertungskriterium: NPS der Hauptversicherung

5. REGIONALVERSICHERUNGEN

Voraussetzung für die Qualifikation:

- > Nennung als Haupt- oder Zweitversicherung von zumindest 50 interviewten Personen in der Stichprobe der 8.000 Befragten (statistische Aussagekraft)
- > Um als Regionalversicherung gewertet zu werden, darf sich das Marktgebiet des Institutes auf maximal sechs Bundesländer erstrecken
- > Bewertungskriterium: NPS der Haupt- und Zweitversicherung

6. DIREKT- UND SPEZIALVERSICHERUNGEN

Voraussetzung für die Qualifikation:

- > Nennung als Haupt- oder Zweitversicherung von zumindest 50 interviewten Personen in der Stichprobe der 8.000 Befragten (statistische Aussagekraft)
- > Zusätzlich darf das Institut nicht für die Bewerbe 4 oder 5 qualifiziert sein
- > Bewertungskriterium: NPS der Haupt- und Zweitversicherung

SONDERPREISE

7. AUFSTEIGER DES JAHRES

Basis der Preisverleihung:

Österreichweite Stichprobe (8.000 Interviews in 2019, 8.000 Interviews in 2020)

Prämierung: „Aufsteiger des Jahres“ ist jenes Institut (Bank oder Versicherung) mit der größte NPS-Verbesserung im Vergleich zum Vorjahr.

Voraussetzung für die Qualifikation:

- > Erfüllung der Qualifikationskriterien im Vorjahr
(Mindestsamplegröße 50 bzw. 100 Bewertungen)
- > Erfüllung der Qualifikationskriterien im laufenden Jahr
(Mindestsamplegröße 50 bzw. 100 Bewertungen)
- > Steigerung des NPS-Wertes gegenüber dem Vorjahr um mindestens fünf Prozentpunkte

8. „BESTE BERATER – BANKEN“

Voraussetzung für die Qualifikation:

- > Nennung als Hauptbank von zumindest 100 interviewten Personen in der Stichprobe der 8.000 Befragten (statistische Aussagekraft) und mindestens 100 Bewertungen pro Institut
- > Ein umfassendes Beratungsgespräch wurde (nach Aussage des Kunden) im vergangenen Jahr durchgeführt
- > Bewertungskriterium: Wahrscheinlichkeit der Weiterempfehlung des Beraters (nicht der NPS des Institutes)

9. „BESTE BERATER – VERSICHERUNGEN“

Voraussetzung für die Qualifikation:

- > Nennung als Hauptversicherung von zumindest 100 interviewten Personen in der Stichprobe der 8.000 Befragten (statistische Aussagekraft) und mindestens 100 Bewertungen pro Versicherungsunternehmen
- > Ein umfassendes Beratungsgespräch wurde (nach Aussage des Kunden) im vergangenen Jahr durchgeführt
- > Berater ist Mitarbeiter (nicht Makler o. ä.) der Versicherung
- > Bewertungskriterium: Wahrscheinlichkeit der Weiterempfehlung des Beraters (nicht der NPS des Institutes)

10. „BESTES SCHADENSMANAGEMENT“

Voraussetzung für die Qualifikation:

- > Nennung als Hauptversicherung von zumindest 100 interviewten Personen in der Stichprobe der 8.000 Befragten (statistische Aussagekraft) und mindestens 50 Bewertungen zur Schadensabwicklung pro Institut
- > Ein Schadensfall wurde (nach Aussage des Kunden) im vergangenen Jahr abgewickelt
- > Bewertungskriterium: Schulnote für die Schadensabwicklung (nicht der NPS des Institutes)

DAS FMVÖ-RECOMMENDER-GÜTESIEGEL

In jeder Kategorie wird der Sieger mit dem höchsten NPS-Wert seiner Kategorie ermittelt und mit dem FMVÖ-Recommend-Award ausgezeichnet. Zusätzlich zur Siegerehrung in den einzelnen Kategorien wird jedem Institut, das die zuvor genannten Qualifikationskriterien einer Preiskategorie erfüllt und folgende NPS-Schwellenwerte übersteigt, vom FMVÖ ein Gütesiegel für Kundenorientierung verliehen:

- a) Exzellente Kundenorientierung: **>15 % als der Marktdurchschnitt** der letzten 5 Jahre
- b) Hervorragende Kundenorientierung: **>10 % als der Marktdurchschnitt** der letzten 5 Jahre
- c) Sehr gute Kundenorientierung: **> 5 % als der Marktdurchschnitt** der letzten 5 Jahre

Das vom FMVÖ verliehene Recommender-Gütesiegel wurde in der Branche positiv aufgenommen und wird von den Gewinnern auch bei zahlreichen Marketingmaßnahmen eingesetzt. Das markenrechtlich geschützte Gütesiegel des FMVÖ kann für interne und externe Kommunikationsmaßnahmen genutzt werden und ist gegen eine einmalige Lizenzgebühr erhältlich:

1.450,- EUR für das entsprechende Gütesiegel
(exzellente, hervorragende oder sehr gute Kundenorientierung)



1.450,- EUR für das Gütesiegel
„Aufsteiger des Jahres“



1.450,- EUR für das Sonder-Gütesiegel
„Beste Berater – Banken“, „Beste Berater – Versicherungen“



1.450,- EUR für das Sonder-Gütesiegel
„Bestes Schadensmanagement“



UNSERE PARTNER

The logo for KURIER, featuring the word "KURIER" in white capital letters on a red rectangular background.The logo for TELEMARK MARKETING, featuring the words "TELEMARK" and "MARKETING" in a stylized font with a red and blue graphic element.

HAUPTSPONSOR

The logo for FUJITSU, featuring the word "FUJITSU" in red capital letters with a stylized infinity symbol above the "i".

UNSERE UNTERSTÜTZER

The logo for BAWAG PSK, featuring a red diamond shape and the text "BAWAG PSK".The logo for falstaff, featuring the word "falstaff" in a lowercase, serif font.The logo for GRAWE, featuring a green shield with a crown and the word "GRAWE" in green capital letters.The logo for OBV Meine Versicherung, featuring the letters "OBV" in blue and a red heart, with the text "Meine Versicherung" below.The logo for Raiffeisen Meine Bank, featuring the text "Raiffeisen Meine Bank" and a yellow square with a black 'X'.The logo for WIENER STÄDTISCHE VIENNA INSURANCE GROUP, featuring a red shield with a white cross and the text "WIENER STÄDTISCHE VIENNA INSURANCE GROUP".The logo for ZURICH, featuring a blue circle with a white 'Z' and the word "ZURICH" in blue capital letters.

gedruckt nach der Richtlinie „Druckerzeugnisse“
des Österreichischen Umweltzeichens,
Gröbner Druck GmbH, UW-Nr. 832
