

SHORT

UniCredit passt Pläne bis Jahresende an



Ghizzoni revidiert die Pläne bis 2018 wegen des Tiefzins-Szenarios.

Rom. Die Bank-Austria-Mutter UniCredit will ihren im März vorgestellten Entwicklungsplan für die Jahre 2013-2018 revidieren. Es soll dem neuen makroökonomischen Szenario mit niedrigen Zinssätzen angepasst werden, so CEO Federico Ghizzoni. Die Änderungen sollen bis Ende 2015 vorgestellt werden. Die Bank wolle die Kosten senken, die Konzernstruktur vereinfachen und die Gewinne erhöhen. Bisher war das Ziel auf 6,6 Mrd. Euro Nettogewinn bis 2018 gestellt, mit Investitionen in Höhe von 4,5 Mrd. Euro, um dies zu erreichen, und mit Kosteneinsparungen von 1,3 Mrd. Euro.

UniCredit will die Präsenz in China, Nahost und Lateinamerika stärken. Das Wachstum werde jedoch nicht durch Akquisitionen, sondern durch Abkommen mit lokalen Banken erfolgen, sagt Ghizzoni. (ag)

Cigna weist Angebot von Anthem zurück

New York. Das US-Versicherungsunternehmen Cigna hat ein Milliarden-Übernahmeangebot des größeren Konkurrenten Anthem zurückgewiesen. Das Angebot sei unangemessen und nicht im besten Interesse seiner Aktionäre, erklärte der Anbieter von Krankenversicherungen.

In einem Brief an die Geschäftsführung des zweitgrößten US-Versicherers Anthem erklärte Cigna, man sei „tief enttäuscht“. Zuvor hatte Anthem angeboten, für den kleineren Rivalen umgerechnet 47,79 Mrd. Euro inklusive Schulden auf den Tisch zu legen. Anthem bietet 184 Dollar je Cigna-Aktie. 31,4% des Kaufpreises würden in Aktien, 68,6% bar gezahlt. (ag)

Ungarn senkt Leitzins mit 1,5% auf Rekordtief



Es wird damit gerechnet, dass noch heuer ein weiterer Zinsschritt kommt.

Budapest. Die ungarische Notenbank hat am Dienstag den Leitzins 1,5% auf ein Rekordtief gesenkt. Er betrug zuvor 1,65%. Das Zinsniveau ist damit gleich hoch wie in Polen, dessen Anleihen von den Ratingagenturen als vergleichsweise sichere Anlage gewertet werden. Ungarns Schuldpapiere werden hingegen unter Ramsch ge-

Top Service Österreich DVAG rückte als Gesamtsieger auf Platz 1 vor – UniCredit Bank Austria auf Rang 3

Gütesiegel für Top Service im Dienstleistungsbereich

10 Austro-Konzerne ausgezeichnet; Sonderpreise für Hypo NÖ und ITdesign Software Projects.

Baden/Wien. Im Rahmen der „Fête d'Excellence“ am Donnerstagabend wurde unter zahlreichen Teilnehmern zehn heimischen Konzernen über den Dächern Wiens im k47 das Top Service-Gütesiegel für herausragende Kunden- und Serviceorientierung verliehen.

Die teilnehmenden Betriebe wurden auf Basis von Kunden- und Managementbefragungen bewertet, die Besten zusätzlich qualitativ auditiert und durch die Expertenjury begutachtet. Grundlage ist das 7-K-Modell der Universität St. Gallen mit den sieben Bewertungsdimensionen Kundenorientierung des Management, Konfiguration, Kommunikation, Kommerzialisierung, Kompetenz, Kooperation und Kontrolle.

Christian Rauscher und Barbara Aigner, Geschäftsführer des Initiators Top Service Austria, zeigen sich erfreut, dass die Austro-Unternehmen im Vergleich zum deutschen Wettbewerb so gut abgeschnitten hätten. „Unsere Analysen haben ergeben, dass die größten Treiber für Kundenbindung und -zufriedenheit hohe Servicequalität, Flexibilität und positiv überraschende Serviceleistungen sind.“ Anstrengen müssten sich die Österreicher noch im Internetauftritt und bei den Onlineaktivitäten.

Partner Uni Mannheim

Ab 2016 ist das Institut für Marktorientierte Unternehmensführung der Uni Mannheim als wissenschaftlicher Partner mit an Bord. „Die umfassende und branchenübergreifende Bewertung liefert Unternehmen und Kunden ein Indiz zur eigenen Wettbewerbsposition“, lobt Prof. Christian Hornburg die hohe Qualität und Unabhängigkeit des Wettbewerbs.



Konnte sich gegenüber 2014 von Platz 2 auf 1 verbessern: Die DVAG unter Österreich-Geschäftsleiter Franz Veigl.

Die österreichische Niederlassung des familiengeführten Konzerns Deutsche Vermögensberatung Bank AG (DVAG) holt sich heuer den Gesamtsieg, nach einem zweiten Platz im Jahr 2014. Aushängeschild seien die hochmotivierten selbstständigen Berater, in deren Weiterbildung die DVAG kontinuierlich investiere. „Der Vermögensberater wird auf allen Ebenen unterstützt und kann sich so zu 100% auf die Kunden konzentrieren, die er betreut – was sich in hochzufriedenen Kunden niederschlägt“, wie es heißt.

Platz 2 sicherte sich der internationale Logistiker DHL Express Austria. Absolute Kundenorientierung sei in der DHL-Unternehmenskultur fest verankert und hebe DHL neben seiner lokalen

Präsenz vom Wettbewerb ab. Die intern sogenannte insanely customer centric culture werde im hauseigenen Ausbildungsprogramm durch eigene Mitarbeiter und Top-Management vermittelt.

Veränderungs-Prozess

Bronze geht an die UniCredit Bank Austria. Seit 2009 läuft unter dem Motto „Bank der Zukunft“ und hohem Top-Management-Fokus ein tiefgreifender Change-Prozess, um sich für den Kunden neu aufzustellen. Was die Kunden besonders gut bewerteten: Freundlichkeit und Kompetenz der Mitarbeiter und ein generell partnerschaftlicher Umgang; weiteres Plus: der selbstkritische Blick. Den Niederösterreich-Sonderpreis

überreichte Landtagsabgeordneter Klaus Schneeberger an die Hypo NÖ Gruppe Bank AG, die mit hoher Kundenorientierung in Niederösterreich punkten konnte.

Aber auch Mittelständler finden sich unter den Bewerbern und Siegern: ITdesign Software Projects & Consulting GmbH mit 40 Mitarbeitern konnte aus Kundensicht in allen sieben Kriterien die höchsten Werte verzeichnen; das brachte dem Beratungshaus den Sonderpreis für bestes Kundenerlebnis.

Gütesiegel erhielten weiters A1 Telekom Austria AG, Brichard Immobilien, ece Einkaufs-Centrum Kapfenberg, feibra sowie die ÖBB.

Bewerbungswillige für 2016 erhalten eine Erst-Einschätzung im Internet unter www.top-service-oesterreich.at/selbsttest/ (red)

Klimawandel Regenversicherungen immer beliebter

Deutschland: bei Regen Geld retour

München. Bei Regen warten die Betreiber von Eiscafés, Freizeitparks, Schani- und Biergärten bang auf Kunden. Damit diese Unbilden nicht mit der Pleite enden, schließen Geschäftsleute in Deutschland zunehmend Versicherungen dagegen ab.

Früher sei dies nur in der Landwirtschaft üblich gewesen, so die Assekuranten, die für den Watterschutz inzwischen vor allem von Reiseveranstaltern, aus der Gastronomie, aber auch aus dem Einzelhandel, Anfragen erhalten. Ist der Winter zu warm, kann ein Skigeschäft einpacken. Fällt der Sommer aus, bleibt ein Bademoden-Anbieter auf den Bikinis sitzen.

Eines der 10 größten Risiken

„Umfragen zeigen, dass der Klimawandel von Firmen als eines der zehn größten Risiken für ihre Geschäftsentwicklung angesehen wird“, sagt Karsten Berlage, Experte für Wetterversicherungen bei der Allianz Risk Transfer. Auch

die Wind- und Sonnenenergie sind sie entscheidend für das Geschäft. HDI in Hannover meldet jedenfalls Erfolge beim Nischenprodukt. Seit Einführung vor vier Jahren habe sich der Umsatz mit „Klimarisk“ versechsfacht. Allerdings: Eine Vollkasko-Versicherung für Umsatzausfälle durch die Launen der Natur gibt es nicht – oder sie wäre unbezahlbar. Grundsätzlich richten sich die Kosten nach der Höhe der Eintrittswahrscheinlichkeit.



Ergo Österreich-Champion Service-Erlebnis

Wien. Die Analysegesellschaft Service Value GmbH befragt gemeinsam mit der Goethe-Universität Frankfurt am Main Kunden zur Servicezufriedenheit, in Deutschland, Italien und den Niederlanden wurden diese Rankings bereits wiederholt durchgeführt.

Nun wurden auch österreichische Kunden befragt. Der Service Experience Score (SES) fungiert als Gradmesser des erlebten Kundenservices. Aktuelle und ehemalige Kunden werden online und ohne Wissen bzw. Unterstützung der Unternehmen befragt. In die Ergebnisse für 18 untersuchte Branchen flossen die Antworten von 40.000 Kunden ein. Das Ergebnis zeigt an, wie viele der Befragten einen sehr guten Kundenservice erlebt haben.

Für die Versicherungsbranche wurden Kunden von insgesamt zehn Unternehmen befragt. Branchensieger mit einem Wert von 68,4% ist die Versicherung Österreich, eine Tochtergesellschaft der Ergo Austria Internatio-

Generali Makler kürten Top-Platzierung

Wien. Im Rahmen des Internationalen Symposiums für Versicherungsmakler und Führungskräfte von Assekuranten im Casineum in Velden wurden auf Basis einer Umfrage unter Vermittlern die Assekuranz Austria Awards vergeben. Die Generali Versicherung AG errang in der Gewerbeversicherung Rang 1. Mit den Plätzen zwei und drei war sie auch in den Sparten Haushalt/Eigenheim und Kfz-Kasko top-platziert. (lk)

