

Die Zufriedenheit der Mitglieder für gezielte Optimierungen nutzen.

Verantwortliche von Pensionskassen wissen es: Hohe Zufriedenheitswerte in Kundenbefragungen sind in der Branche nichts Neues. Eine hohe Zufriedenheit sollte man aber nicht zum Selbstlob verpuffen lassen. Wer dies tut, handelt kurzfristig.

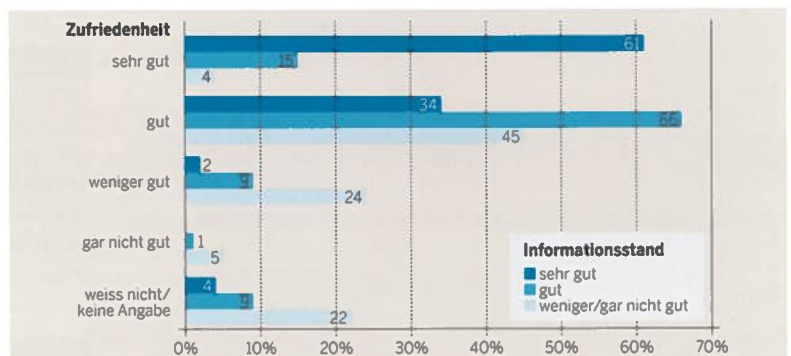
VON MARIO BAZZANI*

Die Resultate aus Zufriedenheitsbefragungen lassen die Pensionskassenverantwortlichen meist in einem sehr guten Licht erstrahlen. Denn die Ergebnisse können sich im Vergleich zu andern Finanzdienstleistern sehen lassen. So geben bei einer für die Schweiz repräsentativen Studie 2012 rund 78% der Befragten an, mit ihrer Pensionskasse «gut» oder sogar «sehr gut» zufrieden zu sein. Diese hohe Zufriedenheit in einem Umfeld von sinkenden Renten zu behaupten, gilt jedoch als Bravourleistung.

Externe Institutionen mit tieferen Bewertungen.

Der hohe Zufriedenheitslevel lässt sich mitunter durch eine grosse Verbundenheit und die Nähe vieler Versicherten zu ihren Pensionskassen erklären. So zeigen sich die für die Finanzbranche hohen Werte besonders bei betriebseigenen und den öffentlichen Pensionskassen. Sammelkassen – welche als externe Institutionen wahrgenommen werden – bekommen von ihren Versicherten meist tiefere Bewertungen. Auch kann gezeigt werden, dass die Rentner, welche durch den Bezug im regelmässigen und direkten Kontakt mit der Kasse stehen, im Schnitt zufriedener sind als die Einzahlenden. Viele Einzahlende nehmen die Pensionskasse, wenn überhaupt, lediglich distanziert über den Lohn- oder den jährlichen Versicherungsausweis wahr.

Kommunikation und Service im Fokus. Im Umfeld des sich abzeichnenden Rentenrückgangs kommt der hohe Zufriedenheitslevel bei Pensionskassen jedoch vermehrt unter Druck. Neben der bedingt beeinflussbaren Performance rücken Zufriedenheitsaspekte, welche die Kommunikation und die Serviceleistung betreffen, vermehrt in den Fokus. So vielseitig und verschieden die Kulturen und Zusammensetzungen der einzelnen Pensionskassen, so unterschiedlich sind auch die Aspekte, welche bezüglich Zufriedenheit an Relevanz gewinnen. Allgemein glückselig machende Rezepte, welche für die gesamte Branche von Bedeutung wären, können daher nicht verkündet werden, insbesondere weil diese aufgrund von äusseren Einflüssen auch zeitlichen Strömungen unterliegen. Der Lösungsansatz, welcher im letzten Jahr die Zufriedenheit bei der Pensionskasse der Oerlikon Contraves AG verbesserte, muss nicht zwingend



Wie zufrieden sind Sie mit Ihrer Pensionskasse? Wer gut informiert ist, ist auch entsprechend zufrieden (Grundgesamtheit n = 657, davon fühlen sich 166 sehr gut, 369 gut und 99 weniger/gar nicht gut informiert). Resultat einer Befragung durch das Marktforschungsunternehmen TransferPlus AG aus dem Jahr 2012.

auch der Pensionskasse des Kantons Waadt zum erwünschten Erfolg verhelfen.

Pensionskassenverantwortliche: Optimierungspotenzial nutzen! Mithilfe von Befragungen kann die Zufriedenheit der Versicherten erfasst und gezielt optimiert werden. Die befragende Kasse präsentiert sich kundenorientiert und motiviert die Versicherten, sich mit der Pensionskasse zu befassen. Bereits dies erhöht das Vertrauen und die Zufriedenheit der Kasse gegenüber. Wird dazu ein adäquater Ansatz verwendet, so liefert eine Befragung zudem diejenigen Informationen, welche es den Verantwortlichen erlauben, gezielte Optimierungen einzuleiten. Um in einem sich stets wandelnden Umfeld die Kundenzufriedenheit auf hohem Level halten oder steigern zu können, eignen sich Ansätze, welche den kontinuierlichen Verbesserungsprozess ins Zentrum stellen. Der Eigenheit der Kasse Rechnung tragend, liegt der Fokus auf der einzelnen Unternehmung. Daher vermögen solche Ansätze auch bei relativ hohen Zufriedenheitswerten einflussreiche Verbesserungspotenziale zu identifizieren und effektive Optimierungsmassnahmen abzuleiten.

Lassen Sie die Zufriedenheit Ihrer Versicherten nicht verpuffen, sondern nutzen Sie diese für zufriedene Kunden von morgen.

* Mario Bazzani ist Mitglied der Geschäftsleitung von TransferPlus AG, einem Dienstleister für Marktforschung. Das Unternehmen führt u.a. Befragungen zur Kundenzufriedenheit im Auftrag von Versicherungen durch. www.transferplus.ch