



Friedstraße 23, A-1210 Wien
 Tel.: +43/1/263 23 12-0 Fax: -20
office@bildungsmanagement.at
<http://www.bildungsmanagement.at>



Masterlehrgang „EVENTMANAGEMENT“

Masterprüfung im Juni 2011

**Die Bedeutung von Kundenevents zur Kundenbindung bei Versicherungen
 Kundenevents als Marketingmaßnahme zur Steigerung der Kundenzufriedenheit und
 Stärkung der Kundenbindung bei Versicherungen, dargestellt am Beispiel von
 Maklerevents**

Kurt Swoboda

Kurt.Swoboda@gmail.com; ks@xloox.com

Zusammenfassung:

In der österreichischen Versicherungsbranche wird seit den 1990ern auf Events als Tool innerhalb des Marketings gesetzt. Stagnation der Märkte, verschärfte Wettbewerbsbedingungen und gestiegene Kosten bei der Neukundenakquise haben Rückbesinnung auf Altkunden und Bemühungen um eine stärkere Kundenbindung bewirkt. Dabei spielen Kundenevents eine große Rolle. Die vorliegende Arbeit möchte herausfinden, inwieweit Events einen Beitrag zur Steigerung der Kundenzufriedenheit und -bindung leisten. In Eingrenzung des Themas konzentriert sie sich auf Maklerevents, da Makler, die Produkte mehrerer Versicherungen vertreiben, von Versicherungen wie Kunden betreut werden. Die Untersuchung wurde mittels Qualitativer Experteninterviews anhand eines Interview-Leitfadens durchgeführt, interviewt wurden Vorstände und Maklerchefs mehrerer Versicherungen sowie Makler. Die Qualitative Inhaltsanalyse zeigte, dass Maklerevents ein wichtiges Instrument der Kundenbindung darstellen, welche mit Kosten-Nutzen-Analysen einhergehen. Eine unmittelbare Ertragssteigerung kann jedoch nicht nachgewiesen werden. Weitere wichtige Motive für Maklerevents sind Informationsweitergabe, Kontaktherstellung und Kommunikation. Als weiteres Ergebnis zeigte sich, dass sich Eventgestaltung und Eventbudgetierung aufgrund geänderter wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Umstände wandeln.

Abstract:

nn