

München, 20.03.2019

Assistance Barometer 2019 - Assistance trifft den Zeitgeist

- **95% der Deutschen nicht zufrieden mit Serviceangebot institutioneller Anbieter**
- **Service-Erwartung der Kunden an Versicherungen und Banken innerhalb von 10 Jahren von 11% auf 68% bzw. 65% angestiegen**
- **93% der deutschen Versicherungsnehmer wünschen sich konkrete und sofortige Notfallhilfe bei Krankheit oder Unfall als Zusatzleistung ihrer Krankenversicherung**
- **85% der befragten Haushalte wünschen sich Möglichkeit einer zweiten ärztlichen Meinung durch ihre Krankenversicherung**
- **42% der befragten Haushalte bereit, Wohnung/ Haus technologisch zu vernetzen, um Zugang zu technischer Beratungs- und Notfallhotline oder Preisnachlass ihrer Gebäude- oder Hausratversicherung zu erhalten**

München – Assistance hat im digitalen Umfeld eine neue Dynamik gewonnen. Der „Problemlöser-Ansatz“ einer individualisierten, auf den Versicherungsnehmer zugeschnittenen Serviceleistung entspricht der Erwartungshaltung einer digitalisierten Gesellschaft, womit Assistance und Service in den kommenden Jahren vermehrt zu „game changern“ werden. Versicherungen müssen dementsprechend ihre Geschäftsmodelle an die Anforderungen der Kunden anpassen und in ihrem Service und Vertriebsideen dem Assistance-Gedanken folgen.

Peter Georgi, Vorstandsvorsitzender der Europ Assistance Deutschland:

„Die Erwartungshaltung der Kunden an die Versicherungsbranche hat sich massiv verändert: Heute müssen die individuellen Servicebedürfnisse der Kunden befriedigt werden. Versicherungen haben die große Chance, via Assistance hochrelevante Hilfe anzubieten und so wirklich zum Problemlöser zu werden. Die rein finanzielle Deckung im Schadensfall ist zum Hygienefaktor geworden – heißt, Unzufriedenheit kann dadurch verhindert, Zufriedenheit aber nicht mehr erreicht werden.“

Prof. Dr. Matthias Müller-Reichart, Studiendekan der Wiesbaden Business School und Mitherausgeber des Assistance Barometers, kommentiert die Studie:

“Das Assistance Barometer zeigt auch im zwölften Jahr, wie wichtig Serviceleistungen für die deutsche Bevölkerung sind. Vor allem in Zeiten der Digitalisierung können erweiterte Service-Angebote dabei helfen, Kunden zu gewinnen und als solche zu halten. Dass die Deutschen mit dem bestehenden Angebot allerdings derart unzufrieden sind, verlangt von den Anbietern die Bereitschaft, sich stetig zu verbessern.“

Dramatisches Bild der Service (Un-)Zufriedenheit in Deutschland

Erneut sind nur 5% der Haushalte mit dem bestehenden Serviceangebot rundum zufrieden und vermissen keinerlei Unterstützung. Bedenkt man, dass in den Jahren 2011/2012 diese Zufriedenheitsquote noch bei über 35% lag, so lässt sich eine deutliche Zunahme der Serviceunzufriedenheit in den vergangenen Jahren konstatieren. Im Durchschnitt der vergangenen vier Jahre liegt dieser Zufriedenheitswert konstant bei nur 5% – ergo sind 95% der Haushalte mit dem Serviceangebot der Anbieter unzufrieden.

Der Wunsch nach einer Rundum-Betreuung durch Versicherungen wächst konstant in der Bevölkerung

Innerhalb von zehn Jahren hat sich der Service-Erwartungswert bei Versicherungen und Banken von 11 Prozentpunkten auf nun 68 respektive 65 Prozentpunkte erhöht. Werden die deutschen Haushalte zu Service- und Hilfsleistungen in konkreten Lebensbereichen befragt, zeigt sich schnell eine hohe Bedeutung der Assistance im konkret beschriebenen Umfeld. Analog zu den Vorjahren wird die hohe Bedeutung allgemeiner Assistance-Leistungen erneut bestätigt.

Reise-Assistance

Der Bereich der Reise-Assistance hat bei privaten Haushalten in den letzten Jahren an Bedeutung und Zustimmung gewonnen und weist im aktuellen Assistance Barometer erneut höchste Nachfragewerte auf. Sobald eine Reise mit einem potenziellen Schaden oder einer Erkrankung verbunden ist, bleibt das Versicherungsunternehmen weiterhin der bevorzugte Problemlöser.

In Bestätigung der Vorjahreswerte werden die „Organisation medizinischer Betreuung vor Ort“, die „Durchführung eines Krankenrücktransportes“ sowie die „Suche und Bergung nach einem Unfall auf Reisen“ erneut mit knapp 90% Zustimmungswerten von einer großen Mehrheit der deutschen Haushalte erwartet. Damit werden die langjährigen Durchschnittswerte in diesen verstärkt nachgefragten Assistance-Leistungen um 10 Prozentpunkte überboten.

Auch die Zufriedenheit mit den Leistungen ist überdurchschnittlich hoch: Von den 12 Prozent der Befragten, die bis dato eine Reise-Assistance in Anspruch nehmen mussten, waren 96 Prozent damit zufrieden oder sehr zufrieden.

Gesundheits-Assistance

Im Gesundheitsbereich betreffen Service- und Assistance-Angebote persönliche, höchst individuelle Problemfelder und erfordern eine hohe Vertrauensbasis mit dem Anbieter. In den vergangenen 12 Jahren zeigt sich eine deutliche Wahrnehmung der Versicherungswirtschaft als vertrauenswürdiger Problemlöser im Gesundheitsbereich, indem Gesundheits-Assistance eine hohe Nachfrage erfährt.

Großen Wert legen weiterhin 93% der deutschen Versicherungsnehmer auf die konkrete und sofortige Notfallhilfe bei Krankheit oder Unfall als Zusatzleistung zur reinen Schadendeckung (im Durchschnitt der Vorjahre lag dieser Zustimmungswert bei 92%).

Die Möglichkeit einer zweiten ärztlichen Meinung wird von 85% der Haushalte erwünscht, womit der Mittelwert der Vorjahre um 6 Prozentpunkte übertroffen wird. Von hoher Bedeutung erweist sich für die befragten Bundesbürger das Angebot einer fachlichen Begleitung und Beratung chronisch kranker Patienten. Mit einer erneuten Zustimmung von 80% wird der Durchschnittswert der Vorjahre leicht übertroffen.

Aktuell haben lediglich 15% der Befragten Erfahrungen mit Assistance-Leistungen im Bereich Gesundheit gesammelt (entspricht bisherigem Mittelwert), wobei 90% dieser Gruppe mit den Leistungen sehr zufrieden oder zufrieden waren.

Kraftfahrzeug-Assistance

Unverändert weist die Kraftfahrzeugversicherung auch im zwölften Jahr der Studie mit teilweise nochmals gestiegenen Zustimmungswerten einen hohen Konnex zum Service- und Assistance-Gedanken auf. Insbesondere Pannen- / Abschlepphilfe, Bereitstellung eines Ersatzfahrzeugs sowie die komplette organisatorische Schadensabwicklung weisen sehr hohe, teils sogar noch gestiegene Zustimmungswerte auf.

Mit 85% aller Befragten, die eine Pannen- und Abschlepphilfe im Schadenfall für sehr wichtig oder wichtig halten, wird der Vorjahreswert um 3, der Mittelwert aller Vorjahre um 11 Prozentpunkte überboten. Ebenso auf sehr hohem Akzeptanzniveau sind die Unfall- und Pannenhilfe und die Bereitstellung eines Ersatzfahrzeugs. Die komplette organisatorische Schadenabwicklung und -koordination bei Kfz-Unfällen konnte mit einem Zuspruch von 84% den Vorjahreswert um 2, den Durchschnittswert aller Vorjahre um 9 Prozentpunkte überbieten.

Von denjenigen, die bereits eine Service- und Hilfsleistung im Bereich KFZ in Anspruch genommen haben (33% der Befragten), waren mit gut 94% fast alle Betroffenen mit dieser Assistance-Leistung sehr zufrieden oder zufrieden.

Pflege-Assistance

Eine persönliche Beratung und Unterstützung bei Pflegefällen (Pflegeeinstufung, Pflegesätze, Patientenverfügung) wird von 78% der Haushalte als wichtig oder sehr wichtig bewertet, 2 Prozentpunkte unter dem Vorjahr. Die Organisation eines Pflegeheimplatzes für Angehörige (71% Zustimmung) sowie der Unterstützung bei der häuslichen Pflege von Angehörigen (81% Zustimmung) erfahren erneut hohe, gegenüber dem Vorjahr steigende Gewichtungen und bestätigen beide ihre bisherigen Durchschnittswerte.

Lediglich 12% der Bevölkerung haben jedoch Erfahrungen mit der Pflege-Assistance gemacht. Diese prozentual kleine Gruppe ist jedoch zu 88% zufrieden oder sehr zufrieden mit dieser Assistance-Leistung (11 Prozentpunkte über Mittelwert).

Wohn- und Haus-Assistance

Das Angebot der Handwerkervermittlung erreicht aktuell eine Zustimmung von 45% und liegt somit 8 Prozentpunkte über dem Durchschnitt der Vorjahre. Wird dieselbe Leistung aber in einer Notsituation erbracht, steigen die Zustimmungswerte bei den Befragten deutlich auf 67% an. Damit liegt dieser Wert 15 Prozentpunkte über dem langjährigen Mittelwert.

Im nunmehr fünften Jahr fokussierte das Assistance Barometer die Assistance-Leistung einer Unterstützung bei Persönlichkeitsverletzungen im Internet. Mit 63% Zustimmung wurde aktuell der Höchstwert erreicht, der Durchschnittswert um 12 Prozentpunkte übertroffen – offensichtlich DAS Zukunftspotenzial einer Internet-Gesellschaft.

Erneut haben aber nur 7% der Haushalte bereits Erfahrungen mit den Leistungen der Wohn- und Haus-Assistance gemacht – von diesen zeigten sich 92% mit den Assistance-Leistungen sehr zufrieden oder zufrieden.

Familien-Assistance

Eine Unterstützung für Kinder und Eltern bei Krankheitsfällen in der Familie (Haushaltshilfe, Betreuer) wird aktuell von 74% aller Befragten als wichtig oder sehr wichtig erachtet. Jedoch unterschreitet dieser Wert den Durchschnitt der Vorjahre um über 6 Prozentpunkte.

Serviceleistungen im Rahmen der Beratung bei Überbelastung im Arbeitsumfeld (Burn-Out, Mobbing) werden mit einem steigenden Zuspruch von 64% bestätigt – eine Überschreitung des bisherigen Mittelwertes um 9 Prozentpunkte.

Jedoch sind aktuell lediglich 61% der Befragten, die bereits Erfahrung mit dem Service Angebot gemacht haben, sehr zufrieden oder zufrieden.

Digitalisierung der Versicherungswirtschaft

Im aktuellen Assistance Barometer 2019 erfährt das Angebot einer Notruf-App (im Falle einer bedrohlichen Situation wird per Tastendruck ein Notruf ausgesandt) eine konstant hohe Wertschätzung. Während Apps für persönliche oder medizinische Notlagen bereits die Mehrheit der privaten Haushalte ansprechen, werden reine Hilfs-Apps zur Auffindung einer Werkstatt oder eines Handwerkers nur von einem Drittel bis einem Viertel der Bevölkerung erwünscht. Die Smartphone-Generation differenziert somit deutlich zwischen personenbezogener und rein sachleistungsorientierter Unterstützung. 42% der befragten Haushalte würden ihre Wohnung/ihr Haus technologisch vernetzen lassen, um Zugang zu einer technischen Beratungs- und Notfallhotline respektive einen Preisnachlass ihrer Gebäude- oder Hausratversicherung zu erhalten.

Versicherungsunternehmen: Assistance-Leistungen sind wichtiger Marktstandard geworden

Die von den Versicherungsunternehmen angenommene Kundenwertschätzung der Assistance-Produkte weist in der aktuellen Studie eine äußerst homogene, gleichlautende Verbesserungstendenz auf. Mit Ausnahme der Reise-Assistance haben sich die von den Versicherungsunternehmen ihren Kunden unterstellten Wertschätzungen über Assistance-Angebote durchgängig erhöht. Ebenso sieht die Branche, analog zu den Vorjahren, in der personalisierten Assistance-Leistung ein hohes Zukunftspotential.

Angesichts dieser guten Markteinschätzung überrascht jedoch die Aktivität in diesem Bereich: Während in früheren Erhebungsjahren (durchgängig bis zum Jahre 2015) des Assistance Barometers de facto alle Versicherungsunternehmen Assistance-Leistungen angeboten haben, gaben in den letzten 4 Jahren durchschnittlich 24% der befragten Unternehmen an, keine Assistance-Produkte zu offerieren (im Jahre 2019 waren dies sogar 28%). Die deutliche Bedeutungsabnahme der Assistance in den Augen der Versicherungsführungskräfte in Höhe von gut 15 Prozentpunkten gegenüber den ersten Jahren des Assistance Barometers (aktuell sehen nur noch 78% die Bedeutung der Assistance als hoch oder sehr hoch an) wird durch das weiter verringerte Assistance-Angebot verifiziert.

Vermittler messen der Assistance beim Verkauf einen immer höheren Stellenwert zu

Für das Geschäftsmodell der Vermittler hat die Assistance erneut deutlich an Bedeutung gewonnen und spiegelt die Einschätzung der Versicherungswirtschaft wieder.

Aus Vermittlersicht dient Assistance vor allem dazu, das Image eines Versicherungsunternehmens aufzubessern sowie die Kundenbindung und -zufriedenheit zu steigern. Für die große Mehrheit haben zusätzliche Leistungen rund um Versicherungsprodukte vor allem den Zweck, den Service für die Kunden zu verbessern.

Über die Studie „Assistance Barometer 2019“

Das Assistance Barometer ist die erste bundesweite Studie zum Assistance-Markt und erscheint dieses Jahr zum zwölften Mal in Folge. Dabei sollen Bewusstsein, Akzeptanz, Nutzung und Planung von Assistance-Leistungen in den strategischen Geschäftsfeldern erfasst werden. In der deutschlandweiten Studie hat Europ Assistance unter wissenschaftlicher Begleitung des Studienganges Insurance and Finance der Hochschule RheinMain und mittels technischer Durchführung durch die Marktforschungsgesellschaft Omniquest die aktuelle Bedeutung von Assistance-Leistungen in den Bereichen Automotive, Reise, Gesundheit, Senioren, Haus & Familie aus Sicht der Endkunden und Versicherungsunternehmen sowie Versicherungsvermittler ermittelt. An der anonymen Telefonbefragung, durchgeführt im zweiten Halbjahr 2018, nahmen 300 operativ tätige, deutsche Versicherungsgesellschaften, 302 Versicherungsvermittler und 502 private Haushalte teil.

Das vollständige Assistance Barometer 2019 kann unter www.europ-assistance.de/assistance-barometer zu einem Preis von EUR 340 inkl. MwSt. bestellt werden.

Über die Europ Assistance Gruppe

Die Europ Assistance Gruppe wurde 1963 gegründet und ist Erfinder des Assistance-Konzepts. Neben Reiseversicherungen, Gesundheitsdienstleistungen und Schutzbriefversicherungen bietet sie innovative Assistanceprodukte an, um Privat- und Firmenkunden maßgeschneiderte Lösungen in Notfällen und im Alltag zu liefern – 24 Stunden am Tag und 365 Tage im Jahr. Europ Assistance (konsolidierter Umsatz 2015: EUR 1,40 Mrd.) ist ein 100%-iges Tochterunternehmen der GENERALI Gruppe und deckt 208 Länder mit ihren Services ab. Die Gruppe ist mit 8.500 Mitarbeitern und 44 Gesellschaften in 35 Ländern vertreten: 2015 beantwortete die Europ Assistance Gruppe ca. 62 Millionen Anrufe und hat 12 Millionen Einsätze weltweit durchgeführt. Das Netzwerk der Europ Assistance, bestehend aus medizinischem Fachpersonal und 425.000 Partnern, wird von 5.000 Einsatzbetreuern rund um die Welt koordiniert.

Pressekontakt

Daniel Haisch
Director Marketing und Unternehmenskommunikation
Europ Assistance Services GmbH
Adenauerring 9
D-81737 München
Tel.: +49 (0)89 55 987 260
Fax: +49 (0)89 55 987 133
E-Mail : presse@europ-assistance.de
europ-assistance.de