

Assistance Barometer 2015: Personenbezogene Dienstleistungen stark im Fokus

- Alterung der Bevölkerung bedingt erhöhte Nachfrage nach Pflege-Assistance
- Gesundheits-Assistance weiterhin auf hohem Bedarfsniveau

München, 02. März 2015 – Die Bedeutung von Assistance-Leistungen für die Versicherungswirtschaft wird durch das aktuelle Assistance Barometer 2015 erneut mehr als bestätigt. 92% der befragten Versicherungsunternehmen messen der Assistance-Philosophie eine hohe bis sehr hohe Bedeutung bei und 69% der Bundesbürger sehen Assistance-Leistungen als befruchtend für die Kundentreue zu einem Versicherungsunternehmen an.

So zwei der Kernaussagen des Assistance Barometers 2015, einer repräsentativen Studie der Hochschule RheinMain in Wiesbaden, die von Europ Assistance Deutschland in Auftrag gegeben wurde und zum achten Mal in Folge erscheint.

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 Wickert Institute 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 2014, nahmen 52 Entscheider aus der Versicherungswirtschaft, 302 Versicherungsvermittler und 502 private Haushalte teil.

Gesundheit und Pflege stark im Fokus bei Endkunden

Insgesamt sind Service- und Assistanceleistungen in der Form eines Produktzusatznutzens für eine gewaltige Mehrheit von 88% der Bevölkerung sehr wichtig oder wichtig.

Damit erreicht dieser Zustimmungswert wie schon im Vorjahr im Verlauf seiner nun achtjährigen Erhebung erneut sein Allzeithoch.

Überdies ergab die Auswertung des Assistance Barometers 2015: die Deutschen investieren mehrheitlich in ihre Gesundheit. 56% der befragten Haushalte sind bereit, für Gesundheitsdienstleistungen zu bezahlen. Eine persönliche Beratung im Gesundheitsbereich wünscht sich eine deutliche Mehrheit von 68% der Befragten und 64% der Bundesbürger würden das Angebot eines Gesundheitsmanagers für erkrankte Personen in Anspruch nehmen. 73% erwägen, sich für eine ärztliche Zweitmeinung zu

versichern und 75% aller privaten Haushalte bekunden ihr Interesse an einer Beratung zu Prävention und gesundem Leben.

Besonderen Wert legt der Bundesbürger auf das Angebot einer fachlichen Begleitung und Beratung chronisch kranker Patienten und erreicht im Vorjahr wie in diesem Jahr einen hohen Zustimmungswert von 83% aller Befragten.

Im Rahmen der Senioren-Assistance zeigt sich ebenfalls eine deutliche Bedeutungszunahme aus Sicht der Bevölkerung.

Eine persönliche Beratung und Unterstützung bei Pflegefällen (Fragen der Pflegeeinstufung, Pflegesätze, Kostenübernahme) würden 85% aller Bundesbürger als wichtig oder sehr wichtig einstufen. Der persönliche Pflegemanager erreicht im aktuellen Assistance Barometer seinen höchsten Zustimmungswert von 81% der befragten Haushalte.

In einer Gesellschaft mit zunehmenden Fragen der Geriatrie wird die Senioren-Assistance zu einem Kerngeschäftsfeld der Versicherungswirtschaft avancieren.

Versicherungswirtschaft bestätigt erneut herausragende Bedeutung der Assistance

Die Versicherungswirtschaft erhofft sich von Assistance-Produkten eine serviceorientierte Arrondierung ihres Angebotes, um über diesen Zusatznutzen Alleinstellungsmerkmale, komparative Wettbewerbsvorteile und ökonomische Effizienzsteigerungen im Sinne von Kostenreduktionen zu generieren. Mittels Assistance-Leistungen möchte die Versicherungswirtschaft zum partnerschaftlichen Problemlöser der Versicherungsnehmer werden.

Die aktuelle Bedeutung der Assistance für das Geschäftsmodell der Versicherungswirtschaft wird von deutschen Versicherungsunternehmen in höchstem Maße erkannt. So messen mittlerweile 92% aller befragten Versicherungsgesellschaften der Assistance-Philosophie eine hohe bis sehr hohe Bedeutung bei und kein Versicherungsunternehmen sieht Assistance-Leistungen als bedeutungslos an.

80% der befragten Versicherungsunternehmen erkennen in Assistance-Leistungen ein geeignetes Mittel zur Kundenbindung, während 84% hierunter ein Instrument zur effizienten Schadenbearbeitung sehen. Weiterhin bewerten 87% der Entscheider aus der Versicherungswirtschaft Assistance als Service-Komponente ihres Angebots und 82% als ein sinnvolles Instrument zur Steigerung der Kundenzufriedenheit. 100% der befragten Gesellschaften bieten bereits Assistance-Leistungen an. Kein Versicherungsunternehmen kann es sich offensichtlich mehr leisten, sein Geschäftsmodell ohne Assistance- und Servicekomponenten darzustellen.

Vermittler nehmen Assistance-Potenzial wahr, zögern aber noch

Mit 57% messen mehrheitlich die deutschen Vermittler dem Assistance-Geschäft generell eine „hohe“ bis „sehr hohe“ Bedeutung zu. Im Vergleich zum Vorjahr hat somit die Bedeutung um 9 Prozentpunkte zugenommen. Weiterhin dienen für 33% (plus 6 Prozentpunkte gegenüber dem Vorjahr) der Vermittler Assistanceangebote als Instrument der Neukundengewinnung. Bedenkt man, daß der primäre Vermittlerfokus auf die Neukundengewinnung gerichtet ist, so müßte eigentlich jedes, die Neukundenansprache unterstützende Element höchst willkommen sein. Indem nur ein Drittel der Vermittler Assistance hier einsetzen will, kommt womöglich die mangelnde Kenntnis über das Potential von Assistance zum Ausdruck.

Immerhin geht eine Mehrheit von 53% der Vermittler davon aus, daß Assistance-Leistungen in der Zukunft eine zunehmende Bedeutung einnehmen werden.

Neben der Gesundheits-Assistance kristallisiert sich seit Jahren die Senioren-Assistance als Assistance-Geschäftsmodell der Zukunft heraus. Dieses Potential wird auch seitens der Versicherungsvermittler erkannt. So bewerten 95% (im Vorjahr 92%) der Vermittler eine Pflegefallhilfe und Pflegefallberatung als sinnvolle Assistance, die Bereitstellung eines Pflegefallmanagers für Pflegebedürftige findet bei 92% (im Vorjahr 88%) der Versicherungsvermittler hohe Potentialwerte.

Für Prof. Dr. Matthias Müller-Reichart, Lehrstuhlinhaber an der Hochschule RheinMain und wissenschaftlicher Leiter der Studie, „wird die Rentabilität eines Assistance gesteuerten Geschäftsmodells von der Finanzdienstleistung zunehmend erkannt – hohe Stornoquoten in Verbindung mit einem schwierigeren Neugeschäft zwingen zu innovativen Vertriebsaktionen. Hierbei kann Assistance als vertrieblicher Problemlöser aufwarten – eine deutliche Bestätigung dieser These zeigt sich im Assistance Barometer 2015.“

Das vollständige Assistance Barometer 2015 kann unter <http://www.assistancebarometer.de> 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 2013: EUR 1,37 Mrd.) ist ein 100%-iges Tochterunternehmen der GENERALI Gruppe und deckt 208 Länder mit ihren Services ab. Die Gruppe ist mit 8.200 Mitarbeitern und 44 Gesellschaften in 33 Ländern vertreten: 2013 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 4.700 Einsatzbetreuern in 35 Einsatzzentralen rund um die Welt koordiniert.

Pressekontakt

Frank Donner
Leiter Unternehmenskommunikation
Europ Assistance Versicherungs-AG
Adenauerring 9
D-81737 München
Tel.: +49 (0)89 55 987 164
Fax: +49 (0)89 55 987 133
E-Mail : presse@europ-assistance.de
europ-assistance.de
assistancebarometer.de