

Assistance Barometer 2010: Europ Assistance und Hochschule RheinMain veröffentlichen bundesweite Studie zum Assistance-Markt

München, 01. März 2010 – Assistance-Leistungen in den Bereichen Gesundheit und Senioren-Services stehen hoch im Kurs. Zudem wächst im Vergleich zum Vorjahr bei den Bundesbürgern die Nachfrage nach Serviceleistungen für den familiären Bereich. So zwei der Kernaussagen des Assistance Barometers 2010, einer repräsentativen Studie der Hochschule RheinMain in Wiesbaden, die von Europ Assistance Deutschland in Auftrag gegeben wurde und zum dritten Mal erscheint.

In der repräsentativen, 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 aus Sicht der Endkunden und Versicherungsunternehmen sowie Kreditinstitute ermittelt. An der anonymen Telefonbefragung, durchgeführt im zweiten Halbjahr 2009, nahmen 102 Entscheider aus der Versicherungs- und Bankwirtschaft und 502 Endkunden teil.

Gesundheits-Assistance stark im Fokus bei Endkunden

Service- und Assistance-Leistungen sind in der Form eines Produktzusatznutzens für 70% der Bevölkerung sehr wichtig oder wichtig. Damit zeichnet sich eine drastische Zunahme des Servicebedarfs ab. Nach 54% Zustimmung vor zwei Jahren und 56% vor einem Jahr konnte somit der Bedarf für Service- und Assistanceleistungen innerhalb von zwei Jahren um 16 Prozentpunkte steigen.

Die zunehmende Bedeutung der Gesundheits-Assistance lässt sich an der diesbezüglichen Zahlungsbereitschaft der Bevölkerung ablesen. Fast ein Drittel der Bevölkerung würde für die Gesundheits-Assistance einen Unkostenbeitrag von mehr als 15 € akzeptieren, weitere 40% sehen sich zu einer Zahlung bis 15 € bereit.

Nachfrageintensiver zeigt sich auch das Bild im Seniorenbereich. Eine persönliche Beratung und Unterstützung bei Pflegefällen (Pflegeeinstufung, Pflegesätze, Kostenübernahme) würden drei Viertel aller Bundesbürger als wichtig oder sehr wichtig einstufen (ein Plus von 2 Prozentpunkten ggü. dem Vorjahr) und auch der persönliche Pflegemanager wäre gleichbleibend von zwei Dritteln der Bundesbürger erwünscht. Außerdem findet das Angebot eines Pflegemanagers, der sich um pflegebedürftige Angehörige kümmert, bei 62% der Bundesbürger großen Anklang.

Montag, den 01. März 2010

Als Resümee der Befragung scheint aus Sicht der Bundesbürger das Potenzial problemlösender Assistance-Angebote umfassend und im Vergleich zu den Vorjahren zunehmend zu sein. Versicherungsunternehmen werden nicht mehr auf ihre Kernfunktion der materiellen Entschädigung eingetretener Leistungsfälle reduziert, sondern als Partner einer Befriedigung individueller Bedürfnisse erachtet. Versicherungsunternehmen nutzen damit ein Alleinstellungsmerkmal, das durch das Assistance Barometer immer wieder aufs Neue bestätigt wird.

Versicherungswirtschaft erkennt Bedeutungszuwachs von Assistance

Die Versicherungswirtschaft erhofft sich von Assistance-Produkten die Abdeckung konkreter Zusatznutzenelemente als USP-Element ihres Kernprodukts Versicherungsschutz. Mittels Assistance-Leistungen möchte die Versicherungswirtschaft zum partnerschaftlichen Problemlöser der Versicherungsnehmer avancieren – dies wird in der aktuellen Studie im Vergleich zu den Vorjahren durch nochmals gestiegene Zustimmungswerte deutlich. So erwarten 98% aller befragten Versicherungsgesellschaften eine hohe Bedeutung der Assistance-Philosophie in der Zukunft, um Versicherungsprodukte durch zusätzliche Service- und Problemlösungsaspekte zu arrondieren. Diese hohe Wertschätzung konnte auf höchstem Niveau nochmals einen Prozentpunkt gegenüber dem Vorjahr gewinnen.

94% der befragten Versicherungsunternehmen erkennen in Assistance-Leistungen ein geeignetes Mittel zur Kundenbindung (2009: 91%), während 58% hierunter ein zusätzliches Umsatzpotenzial erkennen.

Weiterhin bewerten 100% der Entscheider aus der Versicherungswirtschaft Assistance als additive Service-Komponente ihres Angebots und 94% als eine sinnvolle Produkterweiterung.

84% der befragten Gesellschaften planen im Jahre 2010 den Einsatz von Assistance-Angeboten (2009: 79%). Angesichts der bereits umfassend eingesetzten Assistance-Angebote muss auch die Planung weiterer Assistance-Produkte in den kommenden 12 Monaten positiv stimmen.

Dabei konzentrieren sich die Planungen auf die Bereiche „Unfall/Reha/Schadenmanagement“ (50%, plus 10 Prozentpunkte ggü. Vorjahr), „Gesundheit“ (41%, plus 3 Prozentpunkte), „Senioren“ (36%, minus 8 Prozentpunkte), „Haus/Wohnung“ (14%, minus 10 Prozentpunkte) und „Reise“ (14%, minus 2 Prozentpunkte).

Banken nehmen Assistance-Potenzial wahr, zögern aber noch

75% der Bankführungskräfte konzedieren der Assistance schon heute eine hohe bis sehr hohe Bedeutung für ihr Geschäft. Diese überraschend hohe Wertschätzung musste vor dem Hintergrund des geringen Bekanntheitsgrades der Assistance in der Kreditwirtschaft erstaunen.

Über 86% der Banken bieten Assistance-Leistungen an, die dabei kombiniert werden mit Kreditkartenschutz (98%, plus 15 Prozentpunkte ggü. Vorjahr), Immobilien- (59%, plus 9 Prozentpunkte) und KFZ-Diensten (46%, plus 4 Prozentpunkte). Von den Befragten geben 28% (2009: 21 Prozentpunkte) an, ihre Assistance-Produkte im nächsten Jahr aufstocken zu wollen, ohne dabei eine konkrete Sparte zu benennen. Zukunftspotenzial wird jedoch allen Bereichen eindeutig zugesprochen, vor allem der Unterstützung im

Kreditverhältnis im Falle eines Unfalls, einer Krankheit oder bei Arbeitslosigkeit (86% Zustimmung) sowie Reise-Assistance im Rahmen der EC- oder Kreditkarte (76% Zustimmung).

Prof. Dr. Matthias Müller-Reichart, Lehrstuhlinhaber an der Hochschule RheinMain und wissenschaftlicher Leiter der Studie, fasst die Ergebnisse des Assistance Barometers 2010 wie folgt zusammen: „Der Serviceanspruch und die Dienstleistungserwartung der deutschen Bevölkerung nehmen durch gesteigerte awareness konstant zu. Jeglicher Servicemehrwert muss jedoch als solcher wahrnehmbar gemacht werden. Diesem Anspruch wollen Versicherungen und Banken gerecht werden, indem sie Assistance als neues Kerngeschäftsmodell identifizieren. Allein den im Assistance Barometer geäußerten Absichtserklärungen müssen nun produkt- und kommunikationspolitische Taten folgen.“

Das vollständige Assistance Barometer 2010 kann unter <http://www.assistancebarometer.de> kostenfrei eingesehen werden.

Über die Europ Assistance Gruppe

Die Europ Assistance Gruppe wurde 1963 gegründet und ist Erfinder des Assistance-Konzepts. Sie bietet ihre Services weltweit an, um ihren Privat- und Firmenkunden die entsprechenden Lösungen zu deren außergewöhnlichen und alltäglichen Herausforderungen zu liefern – 24 Stunden am Tag und 365 Tage im Jahr. Seit 2004 hat die Europ Assistance Gruppe ihre Servicepalette um Gesundheit- und Familie & Home Assistance erweitert und gleichzeitig das Wachstum der beiden traditionellen Bereiche Reise und Automotive gesteigert. Europ Assistance (konsolidierter Umsatz 2008: EUR 1,20 Mrd.) ist ein 100%-iges Tochterunternehmen der GENERALI Gruppe und deckt 208 Länder mit ihren Services ab. Die Gruppe ist mit 6.000 Mitarbeitern und 80 Gesellschaften in 33 Ländern vertreten: 2008 beantwortete die Europ Assistance Gruppe 63 Millionen Anrufe und hat 12,4 Millionen Einsätze weltweit durchgeführt. Das Netzwerk der Europ Assistance, bestehend aus medizinischem Personal (Vertrauensärzten und Begleitärzten) und 410.000 Partnern, wird von 3.700 Einsatzbetreuern in 39 Einsatzzentralen rund um die Welt koordiniert.

Pressekontakt:

Europ Assistance Versicherungs-AG
Frank Donner
Infanteriestraße 11
80797 München
Tel.: 089 – 559 87 164
Fax: 089 – 559 87 199
E-Mail: presse@europ-assistance.de
www.europ-assistance.de
www.assistancebarometer.de
