

## Assistance Barometer 2011: Europ Assistance und Hochschule RheinMain veröffentlichen bundesweite Studie zum Assistance-Markt

München, 01. März 2011 – Die Bedeutung von Assistanzenleistungen für die Versicherungswirtschaft wird durch das aktuelle Assistance Barometer 2011 erneut mehr als bestätigt. Alle befragten Versicherungsunternehmen messen der Assistanzenphilosophie eine hohe bis sehr hohe Bedeutung bei. Noch nie wurde in den vergangenen 4 Jahren die Bedeutung der Assistance so hoch eingeschätzt.

Service- und Assistanzenleistungen sind für 83% der befragten Bundesbürger wichtig oder sehr wichtig. Innerhalb von 4 Jahren hat somit die Bedeutung von Service und Assistance in Deutschland um knapp 30 Prozentpunkte zugenommen (54% in 2008, 56% in 2009 und 70% in 2010).

So zwei der Kernaussagen des Assistance Barometers 2011, einer repräsentativen Studie der Hochschule RheinMain in Wiesbaden, die von Europ Assistance Deutschland in Auftrag gegeben wurde und zum vierten Mal 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 Assistanzenleistungen aus Sicht der Endkunden und Versicherungsunternehmen sowie Kreditinstitute ermittelt. An der anonymen Telefonbefragung, durchgeführt im zweiten Halbjahr 2010, nahmen 101 Entscheider aus der Versicherungs- und Bankwirtschaft und 502 Endkunden teil.

### **Gesundheits-Assistance stark im Fokus bei Endkunden**

Service- und Assistanzenleistungen sind in der Form eines Produktzusatznutzens für eine gewaltige Mehrheit von über 83% der Bevölkerung sehr wichtig oder wichtig.

Damit erfuhr diese generelle Servicebedarfsziffer eine erneute drastische Zunahme. Nach 54% Zustimmung vor drei Jahren, 56% vor zwei Jahren und 70% vor einem Jahr, konnte somit der Bedarf für Service- und Assistanzenleistungen innerhalb von drei Jahren um knapp 30 Prozentpunkte steigen. Dieser phänomenale Bedeutungszuwachs in nur drei Jahren offenbart das hohe Bevölkerungsbedürfnis nach Service und Unterstützung.

Die hohe Bedeutung der Gesundheits-Assistance erkennt man an einer gestiegenen Zahlungsbereitschaft der Bevölkerung. Fast ein Drittel der Bevölkerung würde für die Gesundheits-Assistance einen Unkostenbeitrag von mehr als 15 € akzeptieren, weitere 43% sähen sich zu einer Zahlung bis 15 € bereit. Somit steigt die grundsätzliche Zahlungsbereitschaft für Serviceleistungen der Gesundheits-Assistance um 3

Prozentpunkte und offenbart auch auf diesem Wege einen Anstieg der Wertschätzung dieser Leistung.

Auch im Rahmen der Senioren-Assistance bestätigt sich ein stabiler Trend hoher Wertschätzung. Im Vergleich zu den Vorjahren konnte das aktuelle Assistance Barometer die hohe Bedeutung der Senioren-Assistance erneut dokumentieren – ein Einstieg der Versicherungswirtschaft in dieses stark nachgefragte Problemfeld serviceorientierter Leistungen erscheint mehr als überfällig. In einer Gesellschaft mit zunehmenden Fragen der Geriatrie wird die Senioren-Assistance zudem weiter an Bedeutung gewinnen.

Eine persönliche Beratung und Unterstützung bei Pflegefällen (Fragen der Pflegeeinstufung, Pflegesätze, Kostenübernahme) würden mit 78% aller Bundesbürger nochmals 3 Prozentpunkte mehr als im Vorjahr und 5 Prozentpunkte mehr als im Vorvorjahr als wichtig oder sehr wichtig einstufen. Beratungshilfe in diesen Fragen tut Not – ein Informationsfeld für die Versicherungswirtschaft dürfte offensichtlich gegeben sein.

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.

Für Dr. Florian Sallmann, Vorstandsvorsitzender der Europ Assistance Versicherungs-AG, „zwingt der Verdrängungswettbewerb die Versicherer zur Optimierung der vertrieblichen Tätigkeit. Als Konsequenz avanciert Assistance zu einem wesentlichen Bestandteil des Angebotes. Das Assistance Barometer 2011 hat gezeigt, daß produktübergreifende Dienstleistungen den Nerv der Zeit offenbar sehr gut treffen.“

### **Versicherungswirtschaft erkennt Bedeutungszuwachs von Assistance**

Die Versicherungswirtschaft erhofft sich von Assistance-Produkten die Abdeckung konkreter Zusatznutzenelemente als USP-Element ihres Kernprodukts Versicherungsschutz. Via Assistanceleistungen möchte die Versicherungswirtschaft zum partnerschaftlichen Problemlöser der Versicherungsnehmer werden – dies wird in der aktuellen Studie im Vergleich zu den Vorjahren durch nochmals gestiegene Zustimmungswerte deutlich.

Die aktuelle Bedeutung der Assistance für das Geschäftsmodell der Versicherungswirtschaft wird von deutschen Versicherungsunternehmen in höchstem Maße erkannt. So messen mittlerweile 100% (plus 2 Prozentpunkte ggü. Vorjahr) aller befragten Versicherungsgesellschaften der Assistancephilosophie eine hohe bis sehr hohe Bedeutung bei, um Versicherungsprodukte durch zusätzliche Service- und Problemlösungsaspekte zu arrondieren. Diese hohe Wertschätzung konnte in den letzten zwei Jahren auf höchstem Niveau weiterhin zum nun erreichten Maximum zunehmen.

98% der befragten Versicherungsunternehmen erkennen in Assistance-Leistungen ein geeignetes Mittel zur Kundenbindung (2010: 96%), während 51% hierunter ein zusätzliches Umsatzpotenzial erkennen.

Weiterhin bewerten 98% der Entscheider aus der Versicherungswirtschaft Assistance als additive Service-Komponente ihres Angebots und 88% als eine sinnvolle Produkterweiterung.

82% der befragten Gesellschaften planen im Jahre 2010 den Einsatz von Assistance-Angeboten (2010: 84%). 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%, analog zum Vorjahr), „Gesundheit“ (17%, minus 24 Prozentpunkte), „Senioren“ (50%, plus 14 Prozentpunkte), „Haus/Wohnung“ (33%, plus 19 Prozentpunkte) und „Reise“ (17%, plus 3 Prozentpunkte).

#### **Banken nehmen Assistance-Potenzial wahr, zögern aber noch**

Analog zum Vorjahr konzidieren immerhin 76% der Bankführungskräfte der Assistance schon heute ein hohe bis sehr hohe Bedeutung für das Bankgeschäft. Diese überraschend hohe Wertschätzung (kein einziger Befragter etikettierte die Assistance als bedeutungslos) musste vor dem Hintergrund des geringen Bekanntheitsgrades der Assistance in der Kreditwirtschaft erstaunen.

Über 96% (2010: 86%) der Banken bieten Assistance-Leistungen an, die dabei kombiniert werden mit Kreditkartenschutz (96%, minus 2 Prozentpunkte ggü. Vorjahr), Immobilien- (57%, analog zum Vorjahr) und KFZ-Diensten (40%, minus 5 Prozentpunkte). Von den Befragten geben 42% (2009: 28 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 (92% Zustimmung) sowie Reise-Assistance im Rahmen der EC- oder Kreditkarte (77% Zustimmung).

Prof. Dr. Matthias Müller-Reichart, Lehrstuhlinhaber an der Hochschule RheinMain und wissenschaftlicher Leiter der Studie, fasst die Ergebnisse des Assistance Barometers 2011 wie folgt zusammen: „Der Serviceanspruch der deutschen Bevölkerung hat ein maximales Bedarfs- und Erwartungslevel angenommen. Diesem Anspruch sollten Versicherungen und Banken gerecht werden, indem sie Assistance-Angebote als Kernprodukt neben ihren arrivierten Basisleistungen etablieren und diesbezügliche Produkt- und Marketingbemühungen fokussieren. Die Rentabilität dieses neuen Geschäftsmodells wird von der Finanzdienstleistung erkannt, jedoch noch nicht ökonomisch genutzt.“

Das vollständige Assistance Barometer 2011 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. 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 2009: EUR 1,28 Mrd.) ist ein 100%-iges Tochterunternehmen der GENERALI Gruppe und deckt 208 Länder mit ihren Services ab. Die Gruppe ist mit 7.000 Mitarbeitern und 80 Gesellschaften in 35 Ländern vertreten: 2009 beantwortete die Europ Assistance Gruppe 54 Millionen Anrufe und hat 12 Millionen Einsätze weltweit durchgeführt. Das Netzwerk der Europ Assistance, bestehend aus medizinischem Personal (Vertrauensärzten und Begleitärzten) und 410.000 Partnern, wird von 4.200 Einsatzbetreuern in 38 Einsatzzentralen rund um die Welt koordiniert.

---

#### **Pressekontakt**

Frank Donner  
Pressesprecher  
Europ Assistance Versicherungs-AG  
Infanteriestraße 11  
D-80797 München  
Tel.: +49 (0)89 55 987 164  
Fax: +49 (0)89 55 987 199  
E-Mail : [presse@europ-assistance.de](mailto:presse@europ-assistance.de)  
[www.europ-assistance.de](http://www.europ-assistance.de)  
[www.assistancebarometer.de](http://www.assistancebarometer.de)