

Assistance als Hebel einer „Value-Driven-Strategy“ in der Versicherungswirtschaft

München, 19. August 2024 – Knapp zwei Drittel der privaten Haushalte erwarten von Versicherern und Banken besondere Service-, Unterstützungs- und Betreuungsleistungen. Innerhalb von 15 Jahren ist die Serviceerwartung von 11 Prozent im Jahr 2010 auf nunmehr 60 Prozent im Jahr 2024 bei den Versicherern und 65 Prozent bei Banken gestiegen. Die Bedeutung der Assistance für das Geschäftsmodell der Versicherungswirtschaft wird im Assistance-Barometer, das Europ Assistance Deutschland seit nunmehr 17 Jahren veröffentlicht, auf einem konstant hohen, im Vergleich zu den Vorjahren sogar stetig steigenden Niveau bewertet. Wissenschaftlich begleitet wurde die jährlich durchgeführte repräsentative Studie vom Studiengang „Insurance and Banking“ der Hochschule RheinMain unter der Leitung von Prof. Dr. rer. pol. Matthias Müller-Reichart.

Eine „Value-Driven-Strategy“ im Versicherungswesen basiert auf dem Prinzip, dass der langfristige Erfolg eines Unternehmens nicht durch kurzfristige Gewinne, sondern durch ein nachhaltiges, ökologisches, sozial korrektes und unternehmensethisches Geschäftsmodell (ESG-Kriterien der EU-Nachhaltigkeitstaxonomie) erreicht werden kann. Ein zentraler Aspekt dabei ist die Ausrichtung auf Kundenbedürfnisse und -erwartungen sowie die Kreierung einer Unique Selling Proposition (USP) durch nachhaltige Leistungs-, Service- und Beratungsangebote. Die Studie stellt heraus, dass Assistance-Leistungen dergestalt zum Schlüssel einer Value-Driven-Strategy im Versicherungswesen werden.

Tim Schmidt, Chief Customer Officer, Europ Assistance Deutschland: „Assistance bietet die Möglichkeit eines nachhaltigen Kundenfokus und gibt der Versicherungswirtschaft somit eine USP an die Hand, die nachweislich des Assistance-Barometers von der deutschen Bevölkerung eingefordert wird.“

Im aktuellen Assistance-Barometer 2024 zeigt sich eine konstant hohe Serviceerwartung der deutschen Haushalte gegenüber Anbietern von Dienstleistungen: 95 Prozent der Haushalte bekunden eine Servicenachfrage. Gleichzeitig lässt sich eine deutliche, mittlerweile konstant hohe Serviceunzufriedenheit in den vergangenen Jahren ablesen. Von Versicherern erwarten zwei Drittel der befragten Haushalte Service und Hilfsleistungen.

Prof. Dr. rer. pol. Matthias Müller-Reichart, Studiengangleiter Insurance and Banking und Mitherausgeber des Assistance Barometers: „Vor dem Hintergrund aktueller Transformationen - wie der digitalen, nachhaltigen sowie regulatorischen Transformation - könnte Assistance zukünftig veränderte Funktionen im Geschäftsmodell der Versicherungswirtschaft einnehmen und eine ‚Value-Driven-Strategy‘ unterstützen.“

Durchführung der Studie

Zur Einschätzung von Assistance- und Serviceleistungen wurden im Rahmen des Assistance Barometers analog zu den Vorjahren 502 private Haushalte, eine repräsentative Anzahl von Versicherungsunternehmen sowie 302 Versicherungsvermittler durch das Marktforschungsinstitut Omniquest am Telefon befragt.

Die vollständige Studie kann als Pdf per E-Mail (presse@europ-assistance.de) zu einem Preis von €340 inkl. MwSt. bestellt werden.

ÜBER EUROP ASSISTANCE

Die Europ Assistance Gruppe wurde 1963 gegründet und ist Erfinder des Assistance-Konzepts. Folgend dem übergeordneten Anspruch und Leitbild von „You live, We Care“ bietet sie in den Bereichen Travel, Mobility, Home & Connected Living, Health, Senior Care und Cyber innovative Versicherungs- und Serviceprodukte an, um Privat- und Firmenkunden maßgeschneiderte Lösungen in Notfällen und im Alltag zu liefern, die auf Kundenseite zu Sorgenfreiheit, Stressreduzierung und Zeitgewinn führen – 24 Stunden am Tag und 365 Tage im Jahr. Europ Assistance ist ein Unternehmen der GENERALI Gruppe, deckt über 200 Länder mit ihren Services ab und gehört zu den führenden Assistance-Unternehmen in Deutschland und weltweit.