

25.02.2013 – 09:00 Uhr

Assistance Barometer 2013: Europ Assistance und Hochschule RheinMain veröffentlichen bundesweite Studie zum Assistance-Markt

München (ots) -

Service- und Assistancелеistungen sind in der Form eines Produktzusatznutzens für eine gewaltige Mehrheit von knapp 83% der Bevölkerung sehr wichtig oder wichtig. Ausgehend von einer 54%-igen Zustimmung vor fünf Jahren steigerte sich die Bedeutung von Serviceleistungen in der Bevölkerung auf 56% vor vier Jahren, 70% vor drei Jahren und 83% vor zwei Jahren auf 86% vor einem Jahr. Dieser Wert konnte aktuell mit 83%-iger Zustimmung bestätigt werden. Dieser hohe und nun stabilisierte Bedeutungszuwachs über sechs Jahre offenbart ein offensichtliches Bevölkerungsbedürfnis nach Service und Unterstützung. Die aktuelle Bedeutung der Assistance für das Geschäftsmodell der Versicherungswirtschaft wird im Assistance Barometer 2013 erneut auch von deutschen Versicherungsunternehmen weiterhin in höchstem Maße anerkannt. So messen 92% aller befragten Versicherungsgesellschaften der Assistance eine hohe bis sehr hohe Bedeutung bei, kein Versicherungsunternehmen sieht Assistance als bedeutungslos an.

So zwei der Kernaussagen des Assistance Barometers 2013, einer repräsentativen Studie der Hochschule RheinMain in Wiesbaden, die von Europ Assistance Deutschland in Auftrag gegeben wurde und zum sechsten 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 Assistance-Leistungen aus Sicht der Endkunden und Versicherungsunternehmen sowie Kreditinstitute ermittelt. An der anonymen Telefonbefragung, durchgeführt im zweiten Halbjahr 2012, nahmen 102 Entscheider aus der Versicherungs- und Bankwirtschaft und 502 Endkunden teil.

Gesundheits- und Senioren-Assistance stark im Fokus bei Endkunden Die hohe Bedeutung der Assistance erkennt man auch an einer gestiegenen Zahlungsbereitschaft der Bevölkerung. 79% der Bevölkerung würde etwa für die Gesundheits-Assistance einen Unkostenbeitrag akzeptieren, wobei sich über 23% zu einer Zahlung über 15 EUR bereit sähen. Somit steigt die grundsätzliche Zahlungsbereitschaft für Serviceleistungen der Gesundheits-Assistance um 5 Prozentpunkte gegenüber dem Durchschnitt der Vorjahre und offenbart gleichsam auf diesem Wege einen Anstieg der Wertschätzung dieser Leistung. Auch im Rahmen der Senioren-Assistance zeigt das aktuelle Assistance Barometer 2013 eine auf hohem Niveau sich stabilisierende, im Vergleich zum Durchschnitt der Vorjahre sogar steigende Bedeutung aus Sicht der Bevölkerung. In einer alternden, geriatrisch orientierten Gesellschaft wird die Senioren-Assistance zu einem Kerngeschäftsfeld der Privatversicherung avancieren. Eine persönliche Beratung und Unterstützung bei Pflegefällen (Fragen der Pflegeeinstufung, Pflegesätze, Kostenübernahme) würden mit 81% aller Bundesbürger (5 Prozentpunkte mehr als der Durchschnitt der Vorjahre) als wichtig oder sehr wichtig einstufen. Beratungshilfe in den genannten Fragen erweist sich damit als offensichtliches Serviceumfeld für die Versicherungswirtschaft.

Als Resümee der Befragung scheint aus Sicht der Bundesbürger das Potential problemlösender Assistance-Angebote umfassend und im Vergleich zu den Vorjahren auf einem konsequent ansteigenden Trend zu sein. Versicherungsunternehmen aber auch Banken werden nicht mehr auf ihre Kernfunktion der materiellen Entschädigung eingetretener Leistungsfälle respektive der Kapitalverwaltung reduziert, sondern als Partner einer Befriedigung individueller Bedürfnisse erachtet. Während Banken unter Assistances Gesichtspunkten nur periphere Bedeutung zugesprochen wird, sieht die deutsche Bevölkerung in Versicherungsunternehmen geborene Assistance-Anbieter. Dabei kann die Versicherungswirtschaft insbesondere über ihre Versicherungsvermittler als Ansprechpartner für Assistance-Leistungen punkten.

Für Josef Woerner, Vorstandssprecher der Europ Assistance Versicherungs-AG, "zwingt gerade der Verdrängungswettbewerb die Versicherer zur Optimierung der vertrieblischen Tätigkeit. Als Konsequenz sollten sich Banken und ganz besonders Versicherungen zur Arrondierung ihrer Kernleistungen die Servicebedürfnisse der deutschen Haushalte zu eigen machen und das Angebot an Assistance-Leistungen kontinuierlich und bedarfsgerecht ausbauen."

Versicherungswirtschaft erkennt ökonomischen Nutzen von Assistance Die Versicherungswirtschaft erhofft sich von Assistance-Produkten eine serviceorientierte Ausrichtung ihres Angebotes, um über diesen Zusatznutzen Alleinstellungsmerkmale und ökonomische Effizienzsteigerungen zu generieren. Mittels Assistance-Leistungen möchte die Versicherungswirtschaft zum partnerschaftlichen Problemlöser der Versicherungsnehmer werden - dies wird durch eine hohe Zustimmung zu verschiedenen Bedeutungsattributen der Assistance-Leistungen dokumentiert. Die Versicherungsbranche spricht der Assistance eine hohe Bedeutung zur Verbesserung ihres Gesamtbildes zu, wobei insbesondere die weiblichen Befragten den Bedeutungsgehalt der Assistance besonders hoch gewichten: 90% der befragten Versicherungsunternehmen erkennen in Assistance-Leistungen ein geeignetes Mittel zur Kundenbindung, während 67% hierunter ein Instrument zur Kostenreduktion (Schadenfolgekosten) erkennen. Weiterhin bewerten 94% der Entscheider aus der Versicherungswirtschaft Assistance als probates Mittel zur Imageverbesserung und 85% als eine sinnvolle Produkterweiterung.

Weiterhin sind 78% der befragten Versicherungsunternehmen davon überzeugt, daß Assistance-Offerten die Versicherungsproduktion gesteigert haben - im Vergleich zu den Vorjahreswerten hat dieses positive Votum nochmals um 4

Prozentpunkte zugenommen.

Auf einem zu allen Vorjahren gleichbleibend hohem Niveau von 98% bieten die an der Studie teilnehmenden Versicherungsgesellschaften bereits Assistance-Leistungen an. Kein Versicherungsunternehmen kann es sich offensichtlich mehr leisten, sein Geschäftsmodell ohne Assistance- und Servicekomponenten darzustellen. Dabei konzentrieren sich die Versicherungsgesellschaften auf die Bereiche "Unfall/Reha/Schadenmanagement" (80%, plus 6 Prozentpunkte im Vergleich zum Durchschnitt der Vorjahre), "Gesundheit" (80%, plus 14 Prozentpunkte), "Senioren" (57%, plus 10 Prozentpunkte), "Haus/Wohnung" (54%, minus 2 Prozentpunkte), "Reise" (52%, minus 2 Prozentpunkte) und "Familie" (35%, entspricht dem Niveau der Vorjahre).

Banken nutzen Assistance-Leistungen weiterhin auf hohem Niveau. Mit dem im Zeitablauf des Assistance Barometers schwächsten Wert von nur noch 68% konzidieren die Bankexperten der Assistance eine hohe bis sehr hohe Bedeutung für das Bankgeschäft. Im Vergleich zum Durchschnitt der Vorjahre nahm dieser Wert um 10 Prozentpunkte ab und unterstreicht die relativ geringe und abnehmende Wertschätzung der Assistance-Leistungen innerhalb der Kreditwirtschaft. Obwohl dem Geschäftsmodell der Assistance in den Kreditinstituten eine deutlich abnehmende Bedeutung zuerkannt wird, bieten mit 90% ähnlich viele Banken Assistanceprodukte an wie in den Vorjahren, die dabei kombiniert werden mit Kreditkarten (100% Zustimmung, analog zum Vorjahr), Immobilien- (69%, plus 5 Prozentpunkte) und Kfz-Finanzierungen (71%, plus 18 Prozentpunkte).

Befragt zu den Vermarktungschancen konkreter Assistance-Produkte lassen die deutschen Banken Potentiale des Assistance-Geschäftes deutlich erkennen. Zukunftspotential wird allen Bereichen eindeutig zugesprochen, vor allem der Unterstützung im Kreditverhältnis im Falle eines Unfalls, einer Krankheit oder bei Arbeitslosigkeit (87% Zustimmung) sowie Reise-Assistance im Rahmen der EC- oder Kreditkarte (80% Zustimmung).

Prof. Dr. Matthias Müller-Reichert, Studiendekan an der Hochschule RheinMain und wissenschaftlicher Leiter der Studie, fasst die Ergebnisse des Assistance Barometers 2013 wie folgt zusammen: "Der Serviceanspruch der deutschen Bevölkerung verharrt auf einem hohen Bedarfs- und Erwartungslevel. Diesem Anspruch sollten Versicherungen und Banken gerecht werden, indem sie Assistance nicht mehr nur als arrondierendes sondern als Kern-Geschäftsmodell neben ihren arrivierten Basisleistungen erkennen und diesbezügliche Produkt-/Marketing- und Vertriebsbemühungen fokussieren. Die Rentabilität dieses neuen Geschäftsmodells wird von der Finanzdienstleistung sehr wohl erkannt - die immer noch zögerliche ökonomische Nutzung bleibt angesichts verbesserter Marktrahmenbedingungen unverständlich."

Das vollständige Assistance Barometer 2013 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 maßgeschneiderte Lösungen in Notfällen und im Alltag zu liefern - 24 Stunden am Tag und 365 Tage im Jahr. Europ Assistance (konsolidierter Umsatz 2011: EUR 1,44 Mrd.) ist ein 100%-iges Tochterunternehmen der GENERALI Gruppe und deckt 208 Länder mit ihren Services ab. Die Gruppe ist mit 8.000 Mitarbeitern und 80 Gesellschaften in 37 Ländern vertreten: 2011 beantwortete die Europ Assistance Gruppe ca. 60 Millionen Anrufe und hat 12 Millionen Einsätze weltweit durchgeführt. Das Netzwerk der Europ Assistance, bestehend aus medizinischem Fachpersonal und 410.000 Partnern, wird von 7.000 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
www.europ-assistance.de
www.assistancebarometer.de

Original-Content von: Europ Assistance Services GmbH, übermittelt durch news aktuell
Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.de/pm/52259/2421980> abgerufen werden.