

## Zusammenfassung der Studie

Der Serviceanspruch und die Dienstleistungserwartung der deutschen Bevölkerung vor allem im Bereich personenbezogener Dienstleistungen nehmen durch gesteigerte awareness konstant zu. Dies lässt sich auch an der Zahlungsbereitschaft der Befragten ablesen. Jeglicher Servicemehrwert muss jedoch als solcher wahrnehmbar gemacht werden.

Diesem Anspruch wollen Versicherungen und Banken gerecht werden, indem sie Assistance, die sie als Problemlöser und Service-Komponente für ihre Kunden wertschätzen, als neues Kerngeschäftsmodell identifizieren.

**Eine vollständige Zusammenfassung des Assistance Barometers 2010 können Sie einsehen unter [www.assistancebarometer.de](http://www.assistancebarometer.de)**

# Assistance Barometer 2010

Eine Studie der  
Hochschule RheinMain zum  
Assistance-Markt in Deutschland



+ Europ Assistance  
als Erfinder der  
Assistance-Idee  
unterstreicht mit dem  
Assistance Barometer  
2010 ihre Vorreiterrolle  
in der Branche.

# Assistance Barometer

Die erste bundesweite Studie  
zum deutschen  
Assistance-Markt

## Wer hat die Studie durchgeführt?

In der repräsentativen, deutschlandweiten Studie hat Europ Assistance unter wissenschaftlicher Begleitung des Studienganges Insurance and Finance der Hochschule RheinMain Wiesbaden und mittels technischer Durchführung durch die Marktforschungsgesellschaft Wickert Institute die aktuelle Bedeutung der Assistance ermittelt. Die Befragung bei Führungskräften (1. und 2. Ebene) deutscher Versicherungen und Banken sowie einer repräsentativen Bevölkerungsstichprobe dienen dem Ziel, den aktuellen Status von Kenntnis und Bewertung sowie sich daraus für alle Marktteilnehmer (Assistance-Unternehmen, Banken und Versicherungen) ergebende Chancen auszuloten.

## Methodisches Vorgehen der Studie

Das Assistance Barometer 2010 in Zusammenarbeit mit der Hochschule RheinMain Wiesbaden erscheint dieses Jahr zum dritten Mal und wird jährlich durchgeführt. Dabei sollen Bewusstsein, Akzeptanz, Nutzung und Planung von Assistance-Leistungen in den vier strategischen Geschäftsbereichen erfasst werden. An der anonymen Telefonbefragung im zweiten Halbjahr 2009 nahmen 102 Entscheider aus der Versicherungs- und Bankwirtschaft sowie 502 Endkunden teil.

## Befragungsschwerpunkte der Studie

- Welches Bild hat der Endkunde von Assistance und welche Erwartungen knüpft er daran?
- Welche Meinung haben Entscheidungsträger aus der Versicherungs- und Bankwirtschaft von Assistance?
- Gemeinsamkeiten und Unterschiede aus Sicht der Befragten

Die Zustimmungsqoten zu Assistance-Leistungen liegen bei allen Befragtengruppen hoch

## Kernaussagen der Studie

### Endkunden fragen verstärkt nach personenbezogenen Gesundheitsdienstleistungen

- 92% (2009: 90%) der Bevölkerung legen Wert auf konkrete Notfallhilfe im Schadenfall, die über die reine Schadendeckung hinausgeht.
- 77% (2009: 79%) der befragten Verbraucher wünschen sich im Gesundheitsbereich eine persönliche Beratung.
- 75% (2009: 73%) der Bundesbürger sprechen sich für das Angebot einer Pflegeberatung (Pflegeeinstufung, Pflegesätze, Kostenübernahme) aus.

### Entscheider aus der Versicherungsbranche erkennen hohes Potential von Assistance

- 98% (2009: 97%) der Versicherer attestieren dem Assistance-Markt eine bedeutende Rolle in der Versicherungsbranche für die Zukunft.
- 84% (2009: 79%) der Versicherer planen, ihre Assistance-Leistungen in den kommenden 12 Monaten zu erweitern.
- 100% (2009: 96%) der befragten Versicherer bewerten Assistance-Leistungen als wichtige Service-Komponente ihres Angebotes.

### Entwicklungen auf dem Bankenmarkt nicht eindeutig

- 75% der Befragten bescheinigen Assistance-Leistungen einen bedeutenden Stellenwert im Bankengeschäft.
- 78% (2009: 75%) der Banken wertschätzen Assistance-Produkte als Service-Komponente für ihre Kunden.
- 86% (2009: 86%) der Banken bieten Assistance-Leistungen an.

