

Assistance-Leistungen: Für jeden zweiten Deutschen entscheidend für Versicherungsabschluss

Studie „Mehrwerte in der Assekuranz durch Assistance-Leistungen“ - Für zahlreiche Versicherungskunden spielen besondere Zusatz- und Serviceleistungen beim Vertragsabschluss eine immer wichtigere Rolle. Gleichzeitig können sich Versicherer so von ihren Wettbewerbern differenzieren. Aktuell haben vier von zehn Versicherungsnehmern (42 Prozent) in Deutschland schon einmal eine Versicherung abgeschlossen, weil sie - im Vergleich mit gleichwertigen Konkurrenzangeboten - besonders gute Hilfe-, Service- oder Dienstleistungen bot.

Fast jeder Zweite (47 Prozent) würde dafür sogar einen Aufpreis bezahlen. Dies ist das Ergebnis der Studie Mehrwerte in der Assekuranz durch Assistance-Leistungen des internationalen Marktforschungs- und Beratungsinstituts YouGov und RepairConcepts, für die 2.000 Versicherungs(mit)entscheider ab 25 Jahren (ca. n=500 pro Lebensbereich) vom 23.03.2015 bis 01.04.2015 repräsentativ befragt wurden.

Insbesondere in dem Lebensbereich „Mobilität, Reisen und Kfz“ konnten Nutzungszunahmen festgestellt werden: Hatte in 2011 noch jeder Vierte (26 Prozent) Hilfe-, Service- oder Dienstleistungen in diesem Bereich in Anspruch genommen, so ist es 2015 bereits jeder Dritte (34 Prozent).

Besonders hohe Relevanz bei gesundheitlichen Notfällen im Urlaub

Spricht man von konkreten Assistance-Leistungen für den Bereich Mobilität, so wird besonders solchen eine hohe Relevanz zugeschrieben, die gesundheitliche Notfälle im Urlaub betreffen. Für besonders wichtig halten die Befragten demnach den Reise-Rücktransport von Betroffenen und Angehörigen im Notfall, die Organisation der Behandlung und Unterkunft beim Unfall im Ausland sowie die Suche deutschsprachiger Kliniken und Praxen im Ausland. Ebenfalls Leistungen mit hoher Relevanz sind die Bargeldsofortversorgung beim Notfall und die Hilfe mit Formalitäten beim Kfz-Unfall im Ausland. Für eher unwichtig halten die Versicherten die Übernahme von Kfz-Zulassungen und Fahrsicherheitstrainings.

„Das Kernmotiv im Themenbereich Mobilität ist das Bestreben nach Freiheit, Unabhängigkeit und Flexibilität“, sagt Dr. Oliver Gaedeke, Vorstand und Leiter der Finanzmarktforschung bei YouGov. „Störungen der Mobilität bieten nicht nur im Alltag, sondern auch auf Reisen Potenzial für zahlreiche Assistance-Leistungen. Die Delegationsbereitschaft liegt hier auf einem höheren Niveau, bedingt durch ein größeres Überforderungsgefühl in fremden Gefilden und ungewohnten Situationen“, so Dr. Gaedeke weiter.

Im Schadenfall dominiert der Wunsch nach Hilfe und Entlastung

„Schadenfälle unterschiedlichster Art sind für den Versicherungskunden tragische und emotionale Ereignisse, mit denen er selten im Leben konfrontiert wird. Hier kann der Versicherer die Chance nutzen, unter Beweis zu stellen, dass er nicht nur finanzielle Hilfe leistet, sondern dem Kunde proaktiv eine bewährte Assistance-Leistung vermittelt,“ so Peter Becker, Geschäftsführer der Repair Concepts Gruppe, dessen Unternehmen in den vergangenen 5 Jahren knapp 60 Tsd. Einbruchschadenfälle für deutsche Schadenversicherer abgewickelt hat. „Der Kunde nimmt die Hilfe und Unterstützung dann als einen ganz besonderen Service seines Versicherers wahr“, so Becker weiter.

Die Studie liefert unter anderem Informationen über das Potenzial verschiedener Assistance-Leistungen rund um die Lebensbereiche Wohnen, Gesundheit, Mobilität und Recht/Dokumente. Sie gibt Aufschluss darüber, welche einen tatsächlichen Mehrwert für den Kunden bieten und wie

sich Einstellungen, Motive und Barrieren der Kunden in den letzten Jahren verändert haben.