

Assistance-Leistungen: Höchste Relevanz wird von Versicherten im Bereich Gesundheit gesehen

Wie wichtig Assistance-Leistungen für die Versicherungswirtschaft heute sind, zeigt eine aktuelle Studie: Die große Mehrheit (86 Prozent) der Versicherungsnehmer in Deutschland findet es gut, wenn sich Versicherer nicht nur um die Bezahlung bzw. Kostenerstattung kümmern, sondern auch darüber hinaus ihre Hilfe anbieten. Lediglich etwa jeder Achte (13 Prozent) ist nicht dieser Meinung. Ebenfalls geht der Großteil (79 Prozent) davon aus, dass Versicherer solche Assistance-Leistungen kompetent und zuverlässig abwickeln. Die höchste Relevanz wird bei Assistance-Leistungen dabei im Bereich Gesundheit gesehen. 77 Prozent der Befragten erachten Hilfe-, Service- oder Dienstleistungen in diesem Bereich für äußerst bis sehr wichtig. Dahinter folgen die Bereiche Rechts- und Dokumentenangelegenheiten (55 Prozent), Wohnen und Wohngebäude (52 Prozent) und Mobilität in Bezug auf Reisen und Kfz (46 Prozent). 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.

Studie „Mehrwerte in der Assekuranz durch Assistance-Leistungen“

Wie wichtig Assistance-Leistungen für die Versicherungswirtschaft heute sind, zeigt eine aktuelle Studie: Die große Mehrheit (86 Prozent) der Versicherungsnehmer in Deutschland findet es gut, wenn sich Versicherer nicht nur um die Bezahlung bzw. Kostenerstattung kümmern, sondern auch darüber hinaus ihre Hilfe anbieten. Lediglich etwa jeder Achte (13 Prozent) ist nicht dieser Meinung. Ebenfalls geht der Großteil (79 Prozent) davon aus, dass Versicherer solche Assistance-Leistungen kompetent und zuverlässig abwickeln. Die höchste Relevanz wird bei Assistance-Leistungen dabei im Bereich Gesundheit gesehen. 77 Prozent der Befragten erachten Hilfe-, Service- oder Dienstleistungen in diesem Bereich für äußerst bis sehr wichtig. Dahinter folgen die Bereiche Rechts- und Dokumentenangelegenheiten (55 Prozent), Wohnen und Wohngebäude (52 Prozent) und Mobilität in Bezug auf Reisen und Kfz (46 Prozent).

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.

„Über alle Themenbereiche hinweg wird Versicherern durch Rund-um-Sorglos Angebote die Kompetenz eines fürsorglichen Dienstleisters zugesprochen, was durchaus imageförderlich ist. Für den Versicherer ist es dabei essentiell, mit einem vertrauensvollen Partner zusammenzuarbeiten“, sagt Peter Becker, Geschäftsführer der Repair Concepts Gruppe.

Geht es um konkrete Assistance-Leistungen für den Gesundheitsbereich, so halten die Befragten eine häusliche Pflege im Notfall für besonders wichtig. Ebenfalls besonders relevant sind eine Haushaltshilfe im Krankheitsfall, Beratung zu einem Pflegeplatz, Beratung zu einem Facharzt/-klinik, die schnelle Organisation eines Pflegeplatzes sowie Behandlungskontrollen durch Dritte. „Dabei erhöht ein proaktives Angebot von Hilfeleistungen im Bedarfsfall die Kundenzufriedenheit und begeistert, zumal das Leistungsspektrum häufig nicht bekannt ist. In einer Notsituation will man weder als hilfsbedürftiger Bittsteller auftreten, noch hat man die Kraft, Leistungen aktiv einzufordern“, sagt Dr. Oliver Gaedeke, Vorstand und Leiter der Finanzmarktforschung bei YouGov.

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.

Pressekontakt:

YouGov Deutschland AG
Nikolas Buckstegen
- Manager PR -
Tel.: 0221 / 420 61 - 444
E-Mail: presse@yougov.de

Kontakt zur Studienleitung:

YouGov Deutschland AG
Jutta Rothmund
Senior Consultant
Tel.: +49 (0) 221 420 61 - 358
E-Mail: jutta.rothmund@yougov.de

Über YouGov:

YouGov ist ein internationales Marktforschungs- und Beratungsinstitut. Im Jahr 2000 in London gegründet, ist YouGov mittlerweile mit mehr als 20 Standorten in Europa, den USA, im Nahen Osten, Afrika und Asien vertreten. YouGov gilt als Pionier in der Online-Marktforschung und gehört nach Angaben der renommierten American Marketing Association zu den Top 25 Marktforschungsunternehmen der Welt.

