

Assistanceleistungen – Neue Wege zum Kunden

Kathleen Joost

Die im letzten Jahr erzielten Umsatzsteigerungen der größten deutschen Assisteure Mondial Assistance Deutschland, Axa Assistance Deutschland und Europ Assistance Deutschland belegen, dass sich hinter dem Angebot von Assistance-Dienstleistungen ein hohes Marktpotenzial verbirgt. Für immer mehr Versicherungskunden spielen besondere Zusatz- und Serviceleistungen beim Vertragsabschluss eine bedeutende Rolle. Versicherern bietet sich hier die Chance, sich durch zusätzlich zur reinen Risikotragung bzw. über die reine Kostenerstattung hinausgehende Serviceleistungen von ihren Wettbewerbern zu differenzieren. Im konkreten Schaden- bzw. Leistungsfall (moment of truth) können sie ihre Leistungsfähigkeit beweisen und durch Schnelligkeit und Flexibilität die Kundenzufriedenheit und Kundenbindung stärken. Aufgrund der zeitnahen Informationen im Schadenfall können Versicherer den Schaden bewusst steuern und verfügen gleichzeitig über eine stärkere Kostenkontrolle. In diesem Zusammenhang ist die Einbindung von Assisteuren ein wesentlicher Erfolgsfaktor für Versicherungsunternehmen.

Begriff und Entwicklungsgeschichte

Aus dem Französischen stammend, bedeutet Assistance ‚Unterstützung‘ oder ‚Beistand‘¹. Das **Konzept** wurde bereits 1963 mit der Gründung der Europ Assistance Gruppe „erfunden“. Der Assistance-Gedanke entwickelte sich aus der zunehmenden Reisetätigkeit der Menschen in den 60ern und den damit verbundenen Notfall- und Schadenssituationen im Ausland.

In Deutschland waren jedoch bis zum Beginn der 90er Jahre fast ausschließlich Korrespondenten ausländischer Assistance-Gesellschaften tätig. Seit 1994 stieg die Zahl der Versicherer in Deutschland, die Assistanceleistungen anbieten, deutlich an, was in der Literatur mit der Deregulierung des Versicherungsmarktes begründet wird. Im Zuge dessen etablierten sich eine Vielzahl neuer Assistance-Gesellschaften auf dem deutschen Markt, meist Tochtergesellschaften von Versicherungsunternehmen oder ausländischer Assistance-Muttergesellschaften.

Anbieter, Nachfrager und Erbringer von Assistanceleistungen

Zum Verständnis und unter aufsichtsrechtlichen Aspekten muss zwischen Anbietern, Nachfragern und Erbringern von Assistance-Dienstleistungen unterschieden werden.

¹ Der Begriff „Assistance“ wurde innerhalb der Versicherungswirtschaft als Terminus technicus eingeführt, so dass eine Übersetzung in die jeweilige Landessprache nicht erfolgt.

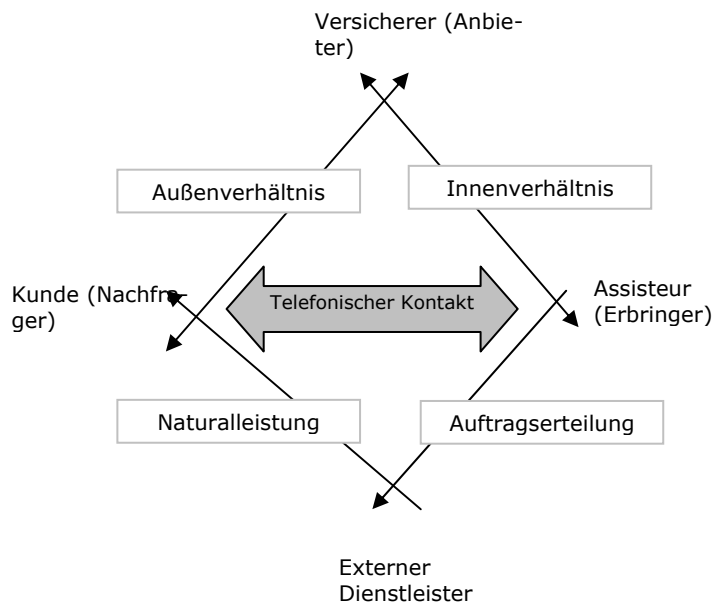


Abbildung in Anlehnung an Esser, Martina, S. 105

Nachfrager von Assistanzenleistungen sind in erster Linie die privaten Haushalte. Entsprechend sind auch die Angebote der Versicherer ausgerichtet. Bereits mehr als ein Fünftel der Deutschen legen Wert auf Zusatz- und Serviceleistungen, wobei sich diese auf die Versicherungszweige Hausrat-, Reise- und Kfz-Versicherung, aber zunehmend auch auf die Unfall-, Rechtsschutz-, Kranken- und Lebensversicherung konzentrieren. Innerhalb dieser variiert die Nachfrage aber deutlich.² Europäische Vergleichszahlen zeigen jedoch, dass Deutschland – gemessen am Umsatz – hinsichtlich der Nachfrage nach Assistanzenleistungen eher ein Entwicklungsland ist.³

Anbieter von Assistanzenleistungen sind in erster Linie Versicherungsunternehmen, die Serviceleistungen in ihre Versicherungsprodukte integrieren. Eine empirische Studie zeigte Anfang 2007, dass 86% der befragten Versicherungsunternehmen bereits Assistanzenleistungen anbieten und 62% planten, in den nächsten 12 Monaten weitere Leistungen einzuführen.⁴ Daneben agieren Kreditkarteninstitutionen, zunehmend auch Kundenkartenemittenten, Mobilfunkanbieter, Reisebüros, Automobilhersteller sowie Kfz-Werkstätten.

Zu den **Erbringern von Assistanzenleistungen** zählen im engeren Sinne nur die Unternehmen, die gegenüber Dritten frei am Markt auftreten und gegenüber dem Endkunden Dienstleistungen (i.d.R.) im Namen des Versicherers erbringen. Dazu zählen deutsche

² Vgl. psychonomics AG: Studie „Assistance-Leistungen in der Assekuranz“, September 2006

³ Vgl. Müller, Reinhold: Bei Assistance ist Deutschland noch immer ein Entwicklungsland, Versicherungswirtschaft Heft 3/2007 vom 1. Februar 2007, S. 217f.

⁴ Vgl. Europ Assistance: Assistance Barometer 2007 - Eine Studie der Europ Assistance zum Assistance-Markt in Deutschland, <http://www.europ.de/B2C/Presse/Assistancebarometer.php>

Assistance-Gesellschaften, deutsche Tochtergesellschaften ausländischer Assistancegesellschaften sowie Automobilclubs. Die bereits genannte Studie zeigt, dass 71% der Befragten spontan keine Assistance-Gesellschaft kennen, der ADAC aber von 61% bzw. 71% der Befragten als „Helfer bei Problemen auf Reisen“ bzw. für die „Unterstützung bei Kfz-Problemen im Alltag“ genannt wird.

Da der Assistent in vielen Fällen die Assistenzleistung nicht selbst erbringen kann, schaltet der i.d.R. weitere **externe Dienstleister** ein, die im konkreten Fall die Naturalleistung für den Kunden erbringen. Dazu zählen beispielweise Fuhr- und Flugparkunternehmen, Handwerkerdienste, Reparaturwerkstätten und Facility Manager.

Klassische und moderne Formen von Assistenzleistungen

Der Ideenreichtum der Produktentwickler, klassischen Versicherungsprodukten einen Mehrwert zu geben, scheint groß zu sein und der Vielfalt von Assistenzprodukten sind kaum Grenzen gesetzt. Grundsätzlich lassen sich klassische und moderne Formen von Assistenzleistungen unterscheiden.

Die **klassische Assistance** leistet Hilfe in objektiven Not- oder Schadenfällen. Sie umfasst die Bereiche der technischen, medizinischen, juristischen, touristischen und allgemeinen⁵ Assistance. Die **moderne Assistance** wird losgelöst von einem Schadenfall angeboten und ist eine Weiterentwicklung von der Serviceleistung im Schadenfall zu der Serviceleistung in Alltagssituationen. Hier lassen sich bspw. die Hausassistance, Gesundheitsservices sowie Komfortservices unterscheiden, wobei die Begrifflichkeiten der einzelnen Anbieter stark variieren.

⁵ Dazu werden u.a. 24-h-Hotlines, Dolmetscherdienste bei der Kommunikation bei Behörden, Ärzten und Werkstätten; Besetzung von Notrufzentralen; Ausstellung von Kostenübernahmeerklärungen ggü. Ärzten, Rechtsanwälten, Gutachtern gezählt.

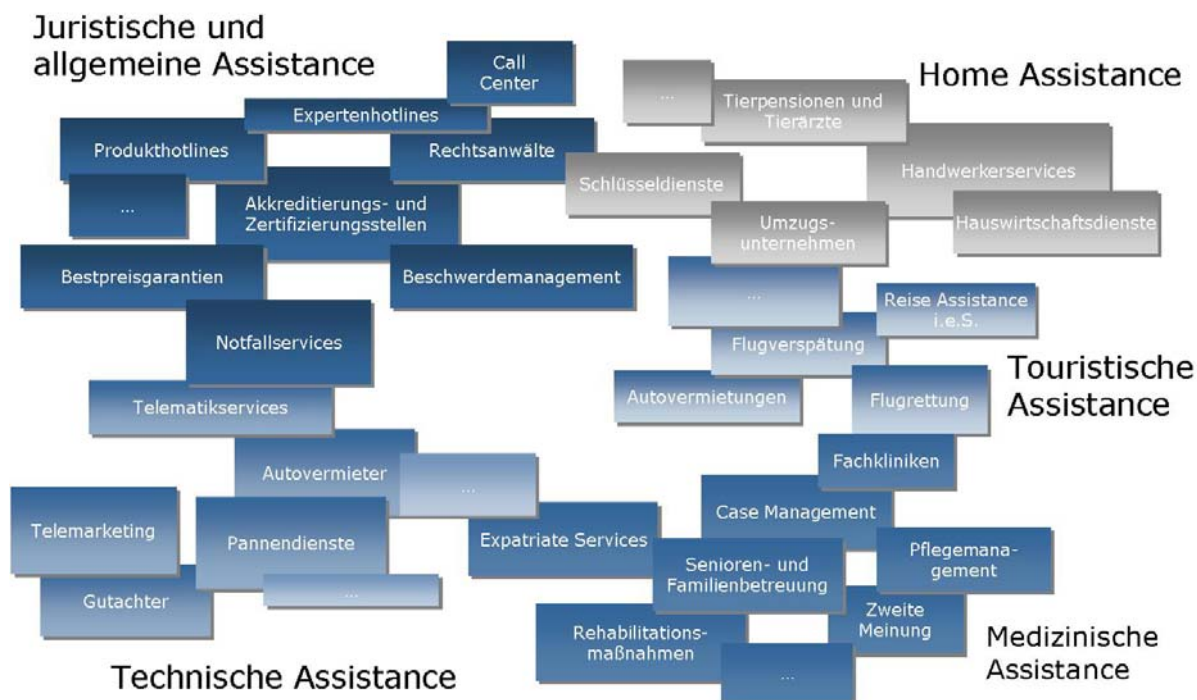


Abb.: Palette an Serviceleistungen der Assistancegesellschaften

In diesem Zusammenhang sei darauf hingewiesen, dass es sich bei Assistanceleistungen jedweder Art - in Abhängigkeit der Beziehungsintensität der Assistanceleistung und dem Versicherungsprodukt - um versicherungsfremdes Geschäft handelt. Werden Assistanceleistungen *im direkten Zusammenhang* mit dem Versicherungsgeschäft, also im Kontext der Schadenbehebung bzw. -prävention erbracht, stehen dem keine aufsichtsrechtlichen Argumente (Verbot versicherungsfremder Geschäfte) entgegen. Somit können i.d.R. alle Leistungen der klassischen Assistance innerhalb einer Betriebsabteilung eines Versicherers erbracht werden. Ein Großteil der modernen Assistanceleistungen sind jedoch versicherungsfremde Geschäfte *ohne Bezug* zum Versicherungsgeschäft. Diese Leistungen dürfen daher nicht innerhalb des Versicherungsunternehmens erbracht, sondern müssen ausgelagert werden.⁶

Die Potenziale des deutschen Assistencemarktes

Die Praxis zeigt, dass Assisteure bislang hauptsächlich Helfer im Schadenfall waren, die Unterstützung z.B. bei Unfällen, Erkrankungen auf Reisen oder bei Pannen mit dem Fahrzeug leisteten. Vor allem in der defizitären Kfz-Versicherung bietet die Einbindung von Assisteuren Möglichkeiten, die Kosten für Reparaturen und Gutachten zu steuern und zu senken.

⁶ Vgl. Esser, Martina: Assistance in der Versicherungswirtschaft, S. 114ff.

Aufgrund einer sich wandelnden Nachfragesituation, welche auch von Lebensphase und Kundentyp abhängig ist, erweitert sich das Dienstleistungs- und Produktangebot der Assisteure zunehmend um die kompetente Unterstützung von Menschen und Unternehmen im Alltag.

So stellen beispielsweise der Gesundheitssektor und Hilfeleistungen für sogenannte „Best Ager“ und Senioren ein zukunftssträchtiges Feld dar. Gründe dafür sind unter anderem die demografische Entwicklung, die unzureichende Absicherung durch die gesetzliche Sozialversicherung, der zunehmende Rückgang familiärer Hilfe im Pflegefall und deren Angst vor Verlust der Unabhängigkeit⁷. Im Leistungsfall erhalten die Versicherten mittels Informations-, Beratungs- und Organisationsdiensten schnell und effizient Beistand. Das können Rehabilitationsmaßnahmen sein, Disease Management Programme zur Unterstützung chronisch Kranker sowie das Case Management zur Versorgung kostenintensiver Einzelfälle bis hin zur Versorgung des Patienten vor Ort, also z.B. Organisation häuslicher Pflege und hauswirtschaftlicher Unterstützung nach einem Unfall⁸.

„Expatriate Services“ bezeichnet die weltweite Betreuung von Mitarbeitern aus Deutschland, die in Regionen mit unzureichender medizinischer und technischer Versorgung eingesetzt werden sollen. Der Assisteure steht den entsandten Mitarbeitern (Expatriates) weltweit bei Problemen zur Seite und greift dabei auf ein Netzwerk aus speziell ausgebildeten, mehrsprachigen Mitarbeitern, Reisebüros sowie Fachärzten und Kliniken, Anwälten und weiteren Servicepartnern zurück. Auch das Wiedereingliederungsmanagement für Arbeitsunfähige nach § 84 SGB IX, Absatz 2 sowie das Reparaturmanagement einer großen Fahrzeugflotte zählen zu den Serviceleistungen, die Assisteure für Unternehmen erbringen können.

Umfassendes Netzwerk an Dienstleistern

Damit ein Versicherungsprodukt mit eingebundenen Assistancelleistungen erfolgreich ist, muss der Versicherer über ein umfassendes Netzwerk an qualifizierten Dienstleistungsunternehmen verfügen. Die Leistungserbringung und Zufriedenheit des Kunden hängt dabei entscheidend von der Qualität der beauftragten Partner ab. Versicherer und Assistance-Gesellschaften überprüfen die Qualität ihrer Servicepartner permanent durch Feedback aus der Praxis oder sogenannte „Mystery Jobs“, also gestellte Assistencefälle. Die Steuerung und das Controlling von weltweit flächendeckenden und qualitätsgesicherten Netzen von Kooperationspartnern in den verschiedenen Leistungsbereichen wie Gesundheit, Reise, Fahrzeug und Recht stellen neben der Vermittlung bzw. Durchführung von Hilfeleistungen deren Kernkompetenz dar.

Fazit

⁷ Dazu kommt, dass bereits heute die über 50-Jährigen einen Anteil an der deutschen Gesamtbevölkerung von 39 Prozent haben. Der Anteil der über 65-Jährigen wird von heute 20% auf 33% im Jahr 2050 zunehmen.

Quelle: Statistisches Bundesamt

⁸ Vgl. Wittwer, Jürg: Assisteure bringen den Paradigmenwechsel in der Unfallversicherung, Versicherungswirtschaft Heft 18/2007 vom 1. September 2007, S. 1557.

Assistanceleistungen sind als zentraler Zusatznutzen zu Versicherungsprodukten zu sehen. Durch Abkehr von rein produktorientierten Strategien zu produktbegleitenden Serviceleistungen können nicht nur Mehrwerte für den Kunden, sondern auch Imageeffekte und Umsatzpotenziale für den Versicherer generiert werden. Als Versicherer gilt es, die differenzierte Produktbausteine und Nischen zu identifizieren, die den Kunden tatsächlich ansprechen und gleichzeitig ein Netzwerk an Kooperationspartnern aufzubauen, das den Anforderungen gerecht wird. Die ursprüngliche Intention, absolute Schadenkosten zu reduzieren und das Moral hazard Risiko einzuschränken, ist dabei ein „angenehmer Nebenbenefekt“.

Anmerkungen

Die theoretische Fundierung des Beitrags geht auf Esser, Martina: Assistance in der Versicherungswirtschaft – Ein marketingorientierter Ansatz zur Unternehmenswertssteigerung“ zurück.



Um Anbietern und Nachfragern von Assistanceleistungen die Möglichkeit zu geben, sich einen Überblick über aktuelle Entwicklungen im Markt zu verschaffen und sowohl neue Kontakte zu knüpfen als auch bestehende Geschäftsbeziehungen zu pflegen, veranstalten die Versicherungsforen Leipzig am 28. und 29. April 2008 den „Messekongress Schaden- und Leistungsmanagement – Services für Versicherungsunternehmen“ in Leipzig. Das Ziel des Messekongresses ist die Etablierung eines jährlichen Marktplatzes für Anbieter und Dienstleister der Versicherungswirtschaft im gesamten Spektrum der Wertschöpfungskette, insbesondere mit dem Fokus auf das Schaden- und Leistungsmanagement. **Weitere Informationen erhalten Sie von Marlene Keßler, Bereichsleiterin Weiterbildung und Veranstaltungen, E-Mail kessler@versicherungsforen.net oder unter Telefon +49 341 124 5513.**