

Marketing und Vertrieb

Aufgabe 2

Im Zeichen eines wachsenden Wettbewerbes beabsichtigt der Leiter Marketing und Vertrieb, die herkömmlichen Versicherungsprodukte durch Assistance-Leistungen aufzuwerten. Der Vorstand für Finanzen lehnt den Vorschlag mit dem Hinweis auf die zusätzliche Kostenbelastung ab.

Als Assistent des Leiters Marketing und Vertrieb der Allstar-Versicherung werden Sie gebeten, zur Durchsetzung der Linie Ihres Chefs für die nächste Vorstandssitzung folgende Punkte auszuarbeiten:

- a) Zeigen Sie drei Formen von Assistance-Leistungen auf und beschreiben Sie ihren jeweiligen Leistungsinhalt. (9 Punkte)
- b) Nennen Sie drei Vorteile, die aus Sicht der Kunden für eine Einführung von Assistance-Leistungen sprechen. (3 Punkte)
- c) Begründen Sie Ihre Auffassung zur Einführung von Assistance-Leistungen unter Kosten-Nutzen-Aspekten für die Allstar-Versicherung anhand von zwei Beispielen. (8 Punkte)

Lösungshinweise Aufgabe 2

20 Punkte

- a) Spalte 2 der folgenden Tabelle zeigt die Formen der Assistance-Leistungen und Spalte 3 die jeweiligen Inhalte auf.

Überblick über die Leistungspalette von Assistance-Anbietern

Leistungsarten → ↓ Leistungsbereiche	Formen	Leistungsinhalte
Klassische Assistance		
Technische Assistance	Pannenhilfe, Bergungs-, Abschleppunternehmen	Benennung von Kfz-Vertragswerkstätten, Abschleppunternehmen
Medizinische Assistance	Krankenrücktransporte aus dem Ausland	Benennung eines Arztes oder Krankenhauses
Juristische Assistance	Vorlage von Strafkautionen oder Gerichtsgebühren im Ausland, Jurline: Einschalten eines Anwaltsbüros	Information über deutschsprachige Rechtsanwälte im Ausland
Touristische Assistance	Nachsendung oder Ersatzorganisation von Gepäck, Kreditkarten usw. bei Diebstahl oder Verlust	Benennung von Hotels, 24-Stunden-Tankstellen usw.
Allgemeine Assistance	Rufumschaltung auf die Assistancezentrale außerhalb der Geschäftszeiten des Unternehmens	Info-Service, z. B. zu Öffnungszeiten des Unternehmens

Neue Assistance		
Home-Assistance	Vermittlung von Handwerkern, Speditionen, Schlüsseldiensten, Haushütern	Information über spezialisierte, nahe gelegene Handwerksbetriebe
Managed Care Pflege-Assistance/ Seniorenservice	Organisation von ambulanten Pflegediensten, Verleih von Pflegehilfsmitteln, Vermittlung von Reha-Kliniken usw.	Information über Fachärzte, Kurorte, nächstgelegenen Pflegedienst, Reha-Kliniken
Gesundheitskommunikation	Organisation von Gesundheitstelefon, Pflege- und Reise-Hotlines	Information rund um die Gesundheit der Krankenversicherten
Disease-Management	Unterstützung bei chronischen Erkrankungen zur gezielten Bekämpfung von Gesundheitsbeeinträchtigungen	Information über neue Therapien zur Linderung und Heilung
Job-Care	Vermittlung von Personalberatern, Bereitstellung von Firmenadressen	Information zum Bewerbungsprozess
Freizeit-Assistance	Bereitstellung von Eintrittskarten, Blumen-/Geschenkservice	Restauranttipps, Verkehrsinformationsdienst

b) Z. B.:

- Angebot umfassender Problemlösungen
- Schaffung eines wertvollen Kundennutzens
- bessere Kommunikation mit Versicherung

c) Z. B.:

- höhere Kundenzufriedenheit
- Stärkung der Kundenbindung
- Kosteneinsparungen (geringere Schadensaufwendungen durch sofortige Betreuung im Schadensfall)
- bessere Chance für Abschluss weiterer Verträge
- Stärkung der Impulse für Weiterempfehlungen aus dem Kundenkreis (Neukundengeschäft)