

Einfirmenvermittler bauen Führung beim Vertrieb von Lebensversicherungen aus

Neugeschäft: Vertriebswege und Produktkategorien in der Lebensversicherung 2023

Köln, 28. November 2024 — Einfirmenvermittler bleiben auch 2023 der führende Vertriebsweg für Lebensversicherungsprodukte: Nachdem sie 2022 nach langer Zeit wieder zum erfolgreichsten Kanal avanciert waren, haben sie diese Führung 2023 auf einen Anteil von 36 Prozent (Vorjahr: 34 Prozent) weiter ausgebaut. Auch Makler und Mehrfachagenten konnten auf 32 Prozent (30 Prozent) zulegen, während der Vertriebswegeanteil der Banken auf 24 Prozent (28 Prozent) gesunken ist (Abb. 1). Das sind die Kernergebnisse der 25. Studie zur Lebensversicherung, die das Beratungs- und Dienstleistungsunternehmen [WTW](#) für das Jahr 2023 erstellt hat. WTW analysiert dabei das eingelöste Neugeschäft jedes Lebensversicherers, aufgeteilt auf Produktkategorien und Vertriebswege.

„Wie im letzten Jahr haben sehr viele Anbieter mit überwiegendem Bankvertrieb hohe Rückgänge bei den Einmalbeiträgen hinnehmen müssen. Jedoch konnten viele von ihnen beim Neuzugang von laufenden Beiträgen zulegen“, sagt Henning Maaß, Director Insurance Management Consulting bei WTW in Deutschland.

Neugeschäft gegen Einmalbeitrag eingebrochen

2023 betrug das APE¹-Neugeschäft aus neu eingelösten Versicherungsscheinen 5,8 Milliarden Euro und somit 180 Millionen Euro bzw. 3 Prozent weniger als im Vorjahr. Ursächlich für diesen Rückgang war das um 3,2 Milliarden Euro gesunkene Neugeschäft mit Einmalbeiträgen. Dagegen ist das Neugeschäft mit laufenden Beiträgen um 142 Millionen Euro gestiegen.

Einfirmenvermittler konnten als einziger Vertriebsweg beim Vertrieb von Einmalbeiträgen leicht zulegen, während Banken mehr als ein Viertel und Makler und Mehrfachagenten nahezu ein Fünftel beim Neuzugang mit Einmalbeitrag verloren haben: Wie im Vorjahr trugen Banken mit einem Minus von 2,4 Milliarden Euro den Großteil des Rückgangs. Während auch Makler und Mehrfachagenten ein Minus von 700 Millionen Euro verzeichneten, konnten die Einfirmenvermittler bei den Einmalbeiträgen sogar um 230 Millionen Euro zulegen. Aus diesem Grund sank der Vertriebsanteil der Banken bei Einmalbeiträgen besonders stark von 43 Prozent im Vorjahr auf 37 Prozent in 2023 (Abb. 2), mit der entsprechenden Auswirkung auf den Vertriebsanteil gemäß APE (Abb. 1).

¹ APE = Annual Premium Equivalent: Summe aus laufenden Beiträgen für ein Jahr und zehn Prozent der Einmalbeiträge

„Die Zinsangebote der Banken belasten das Einmalbeitragsgeschäft der Lebensversicherer. Unter diesen Umständen waren 17,5 Milliarden Euro neu eingelöste Einmalbeiträge dennoch beachtlich“, sagt Maaß. „Die Produkte der privaten Altersvorsorge haben mit 2,7 Milliarden Euro zum erheblichen Rückgang beigetragen.“

Neugeschäft gegen laufenden Beitrag mit Zuwachs

Das Neugeschäft 2023 mit laufenden Beiträgen stieg um 4 Prozent. Dieser Zuwachs ist jedoch einzig auf Einfirmenvermittler sowie Makler und Mehrfachagenten zurückzuführen. Insbesondere Letztere haben ihren Anteil zu Lasten der Banken erhöht (Abb. 3). „Dieser Vertriebsweg hat derart zugelegt, dass sein Anteil am Neugeschäft mit laufenden Beiträgen nun jenem der Einfirmenvermittler entspricht“, so Maaß.

Wachstumssegmente der letzten Jahre

Seit 2018 konnten Makler und Mehrfachagenten bei der Vermittlung laufender Beiträge im Schnitt 4,7 Prozent pro Jahr zulegen. Damit sind sie der am stärksten wachsende Vertriebsweg in diesem Segment. Einfirmenvermittler weisen ein Plus von 2,6 Prozent pro Jahr auf, gefolgt von den Banken mit plus 1,5 Prozent pro Jahr. „Diese Entwicklung ist den Maklern und Mehrfachagenten mit Produkten der betrieblichen Altersvorsorge sowie der Invaliditätsabsicherung gelungen. Dort haben sie seither die größten Zuwächse und sind marktführender Vertriebsweg“, so Maaß.

Bei den Produktkategorien war in den vergangenen fünf Jahren die betriebliche Altersvorsorge vertriebswegeübergreifend führend. Hier wuchs das Geschäft mit laufenden Beiträgen mit einer Wachstumsrate von durchschnittlich 4,2 Prozent pro Jahr, gefolgt von der privaten Altersvorsorge und der Invaliditätsabsicherung. Die Kategorie Todesfallabsicherung verlor hingegen im Schnitt 6,2 Prozent pro Jahr.

Ausblick bleibt positiv

„Im laufenden Jahr erwarte ich die Fortsetzung der jüngsten Trends“, so Maaß. „Daher ist weiter mit Zuwächsen beim Neugeschäft mit laufenden Beiträgen zu rechnen sowie insbesondere in den Produktkategorien der betrieblichen Altersvorsorge und der Invaliditätsabsicherung.“

Pressekontakt

VOCATO public relations GmbH
Corinna Bause / Sabrina Stünkel
Tel: +49 2234 60198-19 / -21
Mail: cbause@vocato.com / sstuenkel@vocato.com

Über WTW

WTW (NASDAQ: WTW) bietet datengesteuerte, evidenzbasierte Lösungen in den Bereichen Mitarbeiter, Risiko und Kapital. Wir nutzen die globale Sichtweise und das lokale Fachwissen unserer Mitarbeitenden in 140 Ländern und Märkten, um Unternehmen dabei zu helfen, ihre Strategie zu schärfen, die Widerstandsfähigkeit ihrer Organisation zu verbessern, ihre Mitarbeitenden zu motivieren und ihre Leistung zu maximieren.

In enger Zusammenarbeit mit unseren Kunden decken wir Chancen für nachhaltigen Erfolg auf und bieten Perspektiven, die sie weiterbringen.

Erfahren Sie mehr unter wtwco.com/de-de.

GRAFIKEN:

Abb. 1: Anteile der Vertriebswege am eingelösten Neugeschäft (APE) 2020 – 2023

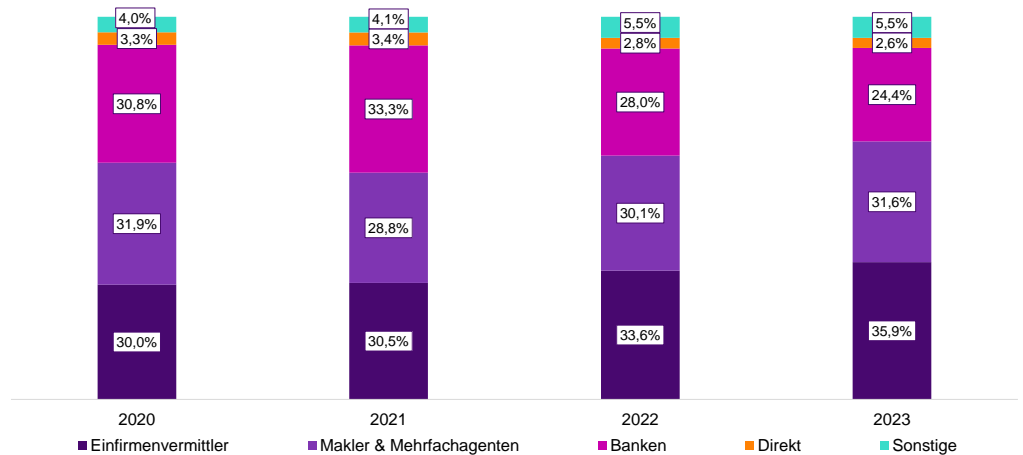


Abb. 2: Anteile der Vertriebswege am eingelösten Neugeschäft (Einmalbeitrag) 2020 – 2023

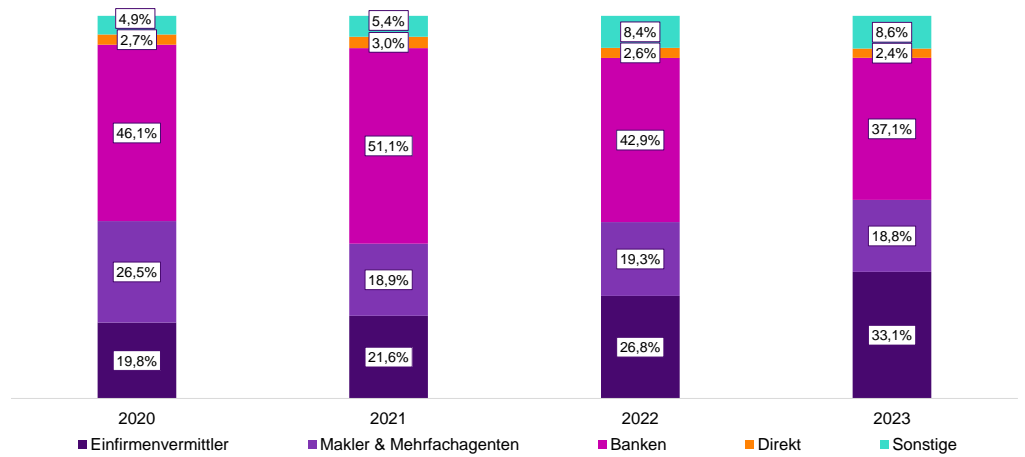


Abb. 3: Anteile der Vertriebswege am eingelösten Neugeschäft (lfd. Beitrag für 1 Jahr) 2020 – 2023

