

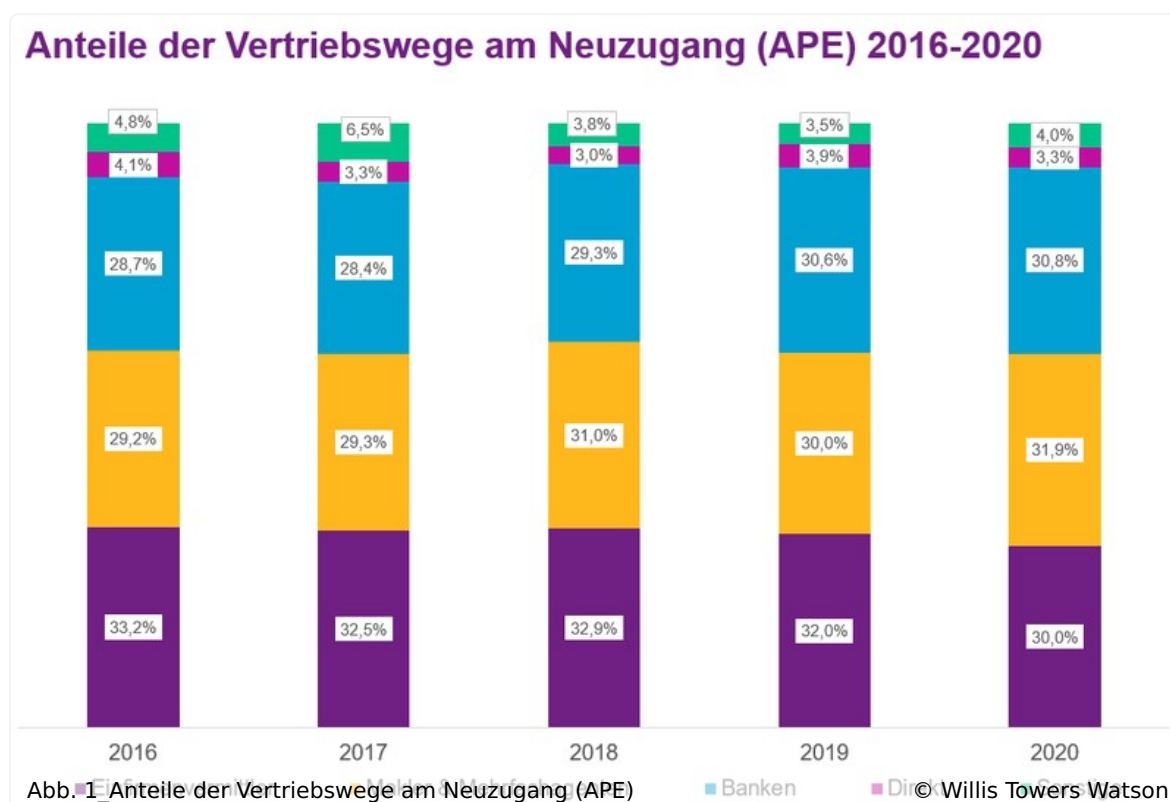
## Makler und Mehrfachagenten verkaufen erstmals mehr Lebensversicherungen als Einfirmenvermittler



**Makler und Mehrfachagenten waren 2020 erstmals der führende Vertriebskanal für das Neugeschäft mit Lebensversicherungen nach APE1 in Deutschland. Insgesamt betragen die Einnahmen aus neu eingelösten Versicherungsscheinen (ohne**

### Erhöhungssummen) 6,4 Milliarden Euro in der Gesamtbetrachtung von laufenden und Einmalbeiträgen (APE).

Damit verzeichneten die Lebensversicherer rund 165 Millionen Euro weniger Neugeschäft als 2019, aber immer noch rund 835 Millionen Euro mehr als im Jahr 2018. Makler und Mehrfachagenten konnten als einziger Vertriebsweg erneut mehr Neugeschäft vermitteln, während vor allem die Einfirmenvermittler hohe Rückgänge hinnehmen mussten. Das sind die Kernergebnisse der 22. Vertriebswege-Studie zur Lebensversicherung, die Willis Towers Watson für das Jahr 2020 erhoben hat.



### Normalisierung der Neugeschäftszahlen nach Rekordjahr 2019

2020 wurden 481.000 weniger Policen verkauft als im Vorjahr. Das Neugeschäft der laufenden Beiträge sank um rund vier Prozent auf 3,7 Milliarden Euro und jenes der Einmalbeiträge um ein Prozent auf 27,1 Milliarden Euro. „Das eingelöste Neugeschäft ist immer noch sehr hoch, obwohl das Betriebsrentenstärkungsgesetz schon 2019 zum Rekordjahr befördert hat“, sagt Henning Maaß, Director Insurance Management Consulting bei Willis Towers Watson in Deutschland. „Es liegt insgesamt ein langanhaltender Aufwärtstrend vor. Vor allem die Einmalbeiträge in der privaten Altersvorsorge waren wieder sehr hoch.“

## Anteile der Vertriebswege am Neugeschäft (laufende Beiträge für ein Jahr) 2016-2020

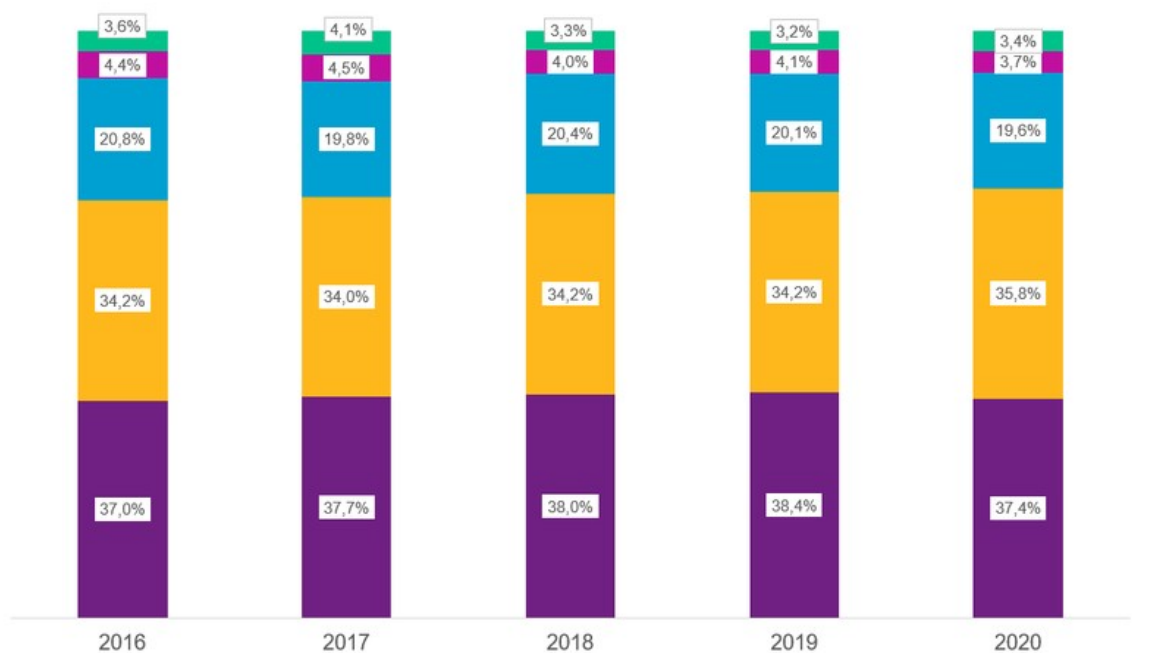


Abb. 2 Laufende Beiträge für ein Jahr, Mehrfachagenten, Banken, Direkter Vertrieb, Willis Towers Watson

### Banken bleiben führend bei Einmalbeiträgen

Makler und Mehrfachagenten erzielten einen Neugeschäftsanteil von 31,9 Prozent, gefolgt von den Banken (30,8) und den Einfirmenvermittlern (30,0) (Abb. 1). Bei den laufenden Beiträgen für ein Jahr liegen mit 37,4 Prozent weiterhin die Einfirmenvermittler vor den Maklern und Mehrfachagenten (35,8) (Abb. 2). Beim Einmalbeitragsgeschäft haben die Banken ihren Anteil sogar auf 46,1 Prozent im Neugeschäft erhöht und bleiben damit der dominante Vertriebsweg für diese Produktkategorie. Mit weitem Abstand folgen Makler und Mehrfachagenten (26,5) sowie die Einfirmenvermittler (19,8) (Abb. 3). „Einmalbeiträge bleiben die Domäne des Vertriebs über Banken“, sagt Maaß. „Ihr guter Einblick in die Finanzsituation ihrer Kunden bleibt ihr großer Vorteil beim Verkauf von Produkten für die private Altersvorsorge. Dort konnten sie ihr Rekord-Neugeschäft aus dem Jahr 2019 im Jahr 2020 sogar noch steigern. Man sieht es auch an den dortigen Durchschnittsbeiträgen, die in den letzten Jahren kontinuierlich gestiegen sind.“

### Anteile der Vertriebswege am Neugeschäft (Einmalbeitrag) 2016-2020

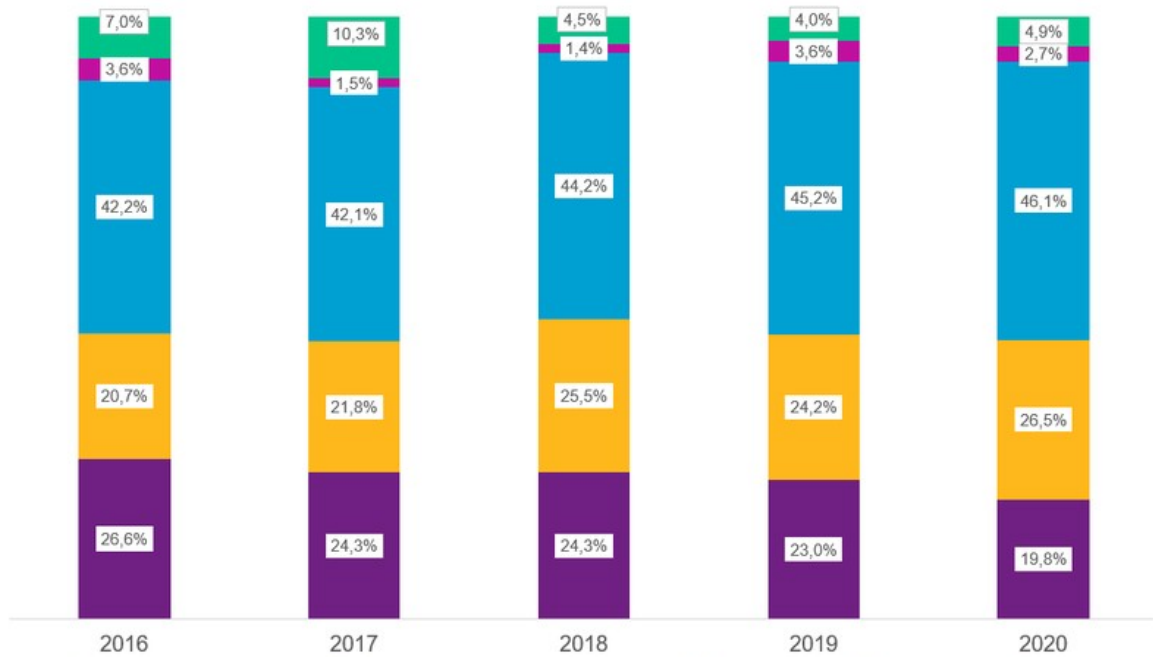


Abb. 3 Anteile der Vertriebswege am Neugeschäft Einmalbeitragen © Willis Towers Watson

Ausblick: Gelingt Einfirmenvermittlern ein Comeback? „Wir erwarten weiterhin eine hohe Nachfrage nach betrieblicher und privater Altersvorsorge sowie nach Versicherungen zur Einkommens- und Todesfallabsicherung, trotz oder gerade wegen der Niedrig- und Strafbzinsen“, so Maaß. „Die Produkte der Lebensversicherer sind und bleiben in diesem Umfeld attraktiv.“ Die Daten des Deutschen Industrie- und Handelskammertags (DIHK) zu den registrierten Vermittlern zeigen jedoch, dass die Anzahl der Vertreter seit zehn Jahren kontinuierlich sinkt, jene der Makler aber leicht steigt. Daher ist derzeit fraglich, ob den Einfirmenvermittlern ein Comeback gelingt.

### Marktkonzentration im Neugeschäft (APE) 2020

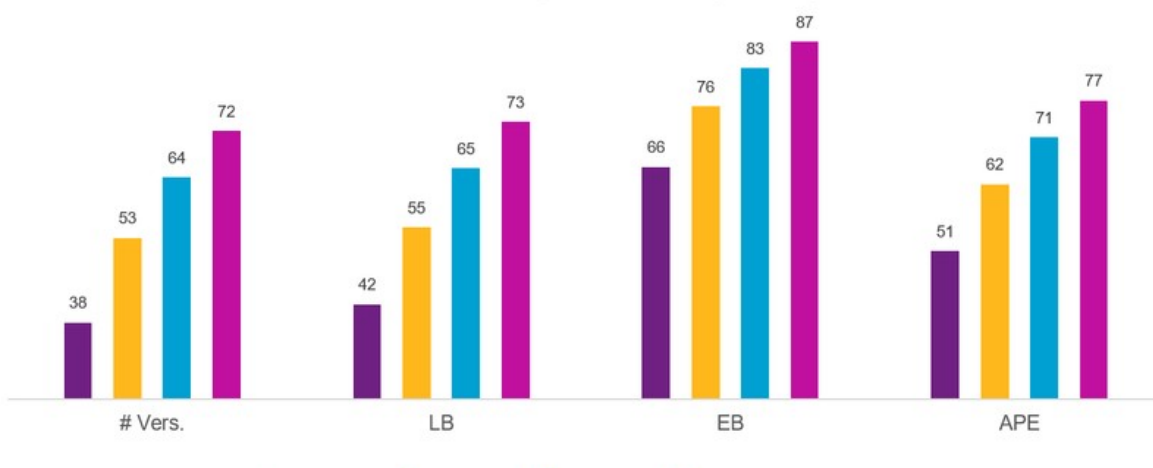


Abb. 4 Marktkonzentration im Neugeschäft (APE) 2020 © Willis Towers Watson

Bei der Marktkonzentration lassen sich kaum Änderungen zum Vorjahr feststellen: Die Top 5 der Lebensversicherer vereinen gleichbleibend einen Anteil von 51 Prozent des APE-Neugeschäfts auf sich, die Top 10 sogar 62 Prozent (Vorjahr: 63) (Abb. 4).