

Vertriebswege-Survey zur Krankenversicherung: Unabhängige Vermittler sichern sich weitere Marktanteile im PKV-Vertrieb

**Im Vertrieb der privaten Krankenversicherung 2011 setzten die unabhängigen Versicherungsvermittler ihre Erfolgsgeschichte der letzten Jahre fort: Mit einem Anteil am Neugeschäft von nunmehr 42,7 Prozent liegen sie nur noch 3 Prozentpunkte hinter dem führenden Vertriebsweg, der Ausschließlichkeitsorganisation (AO).
**

- **Ausschließlichkeit und Makler dominieren unverändert den Markt**
- **Wende in der Neugeschäftserwartung: Trübe Aussichten für die Vollversicherung**

17. Dezember 2012 – Im Vertrieb der privaten Krankenversicherung 2011 setzten die unabhängigen Versicherungsvermittler ihre Erfolgsgeschichte der letzten Jahre fort: Mit einem Anteil am Neugeschäft von nunmehr 42,7 Prozent liegen sie nur noch 3 Prozentpunkte hinter dem führenden Vertriebsweg, der Ausschließlichkeitsorganisation (AO). Das zeigt der seit 2006 jährlich durchgeführte Vertriebswege-Survey der Unternehmensberatung Towers Watson. „Alarmierend ist der Rückgang der Neugeschäftserwartung des Marktes bei einem Großteil der Teilnehmer“, erklärt Christian Hildenbrand, Studienautor und Berater bei Towers Watson. „Die Entwicklung der Vollversicherung wird zunehmend zurückhaltend gesehen, nur bei der Zusatzversicherung sehen die Versicherer noch Wachstumspotenzial.“

Vollversicherung: Ausschließlichkeit behält Führung bei den Vertriebswegen

Die AO bleibt stärkster Absatzkanal sowohl für Krankenvoll- als auch für -zusatzversicherungen. In der Vollversicherung musste sie zwar Verluste gegenüber dem Vorjahr hinnehmen, liegt jedoch mit 46,1 Prozent weiterhin an der Spitze (48,9 Prozent). Die verlorenen Marktanteile konnten die unabhängigen Vermittler im Wesentlichen für sich gewinnen und liegen nun mit 42,7 Prozent (40,4 Prozent) nur noch 3 Prozentpunkte hinter der AO. Die übrigen Vertriebswege – der gebundene Strukturvertrieb¹, Banken und der Direktvertrieb² – spielen beim Verkauf von Vollversicherungen keine nennenswerte Rolle und veränderten sich kaum. „Auch wenn die unabhängigen Vermittler in den letzten Jahren kontinuierlich ihre Anteile an den Vertriebswegen ausbauen konnten, ist eine Abschwächung dieses Trends durchaus möglich, dafür könnten die Beschränkung der Provisionshöhe und die Verlängerung der Provisionshaftungszeit ab April 2012 sorgen“, so Ulrich Wiesenevsky, bei Towers Watson verantwortlich für die Vertriebswege-Surveys aller Sparten.

Zusatzversicherung: AO konnte wieder Anteile gewinnen

Im Bereich der Zusatzversicherung konnten sowohl AO (40,8 Prozent) als auch unabhängige Vermittler (32,2 Prozent) knapp 2 Prozent Marktanteil hinzugewinnen. Verluste musste dagegen vor allem der gebundene Strukturvertrieb hinnehmen und sank auf 3,6 Prozent. Drittstärkster Absatzweg für Zusatzversicherungen ist der Direktvertrieb (9,8 Prozent). Der hohe Anteil dieses Vertriebswegs resultiert aus den – im Vergleich zur Vollversicherung – einfachen Produkten, beispielsweise Zahn- oder Krankenhauszusatzversicherungen: Sie können unkompliziert über das Internet und andere Direktmedien abgesetzt werden. In der Zusatzversicherung erwarten die Teilnehmer daher auch eine positive Entwicklung des Neugeschäfts, vor allem bei Pflegeprodukten und Zahnversicherungen. „Auffallend ist, dass Versicherer in der Zusatzversicherung auf einen breiten Vertriebswegmix setzen“, sagt Studienautor Hildenbrand.

Die Towers Watson-Studie repräsentiert eine Marktabdeckung von ca. 90 Prozent: Neben den Angaben der teilnehmenden Gesellschaften hat Towers Watson die Daten weiterer Gesellschaften ergänzt: Sie beruhen auf öffentlich verfügbaren Informationen (z.B. Geschäftsberichte) sowie auf Schätzungen aufgrund langjähriger Marktkenntnisse.

Neugeschäft hinter den Erwartungen zurück

Towers Watson schätzt, dass das Neugeschäft der privaten Krankenversicherer in Deutschland 2011 um ca. 3 Prozent gestiegen ist. Jedoch waren die Erwartungen – nach Abschaffung der 3-jährigen Wartefrist und vor Beschränkung der Provisionshöhe – deutlich höher. Das hatte auch das Stimmungsbild des letztjährigen Surveys gezeigt.

Ausblick: Unwägbarkeiten machen Branchenteilnehmer pessimistisch

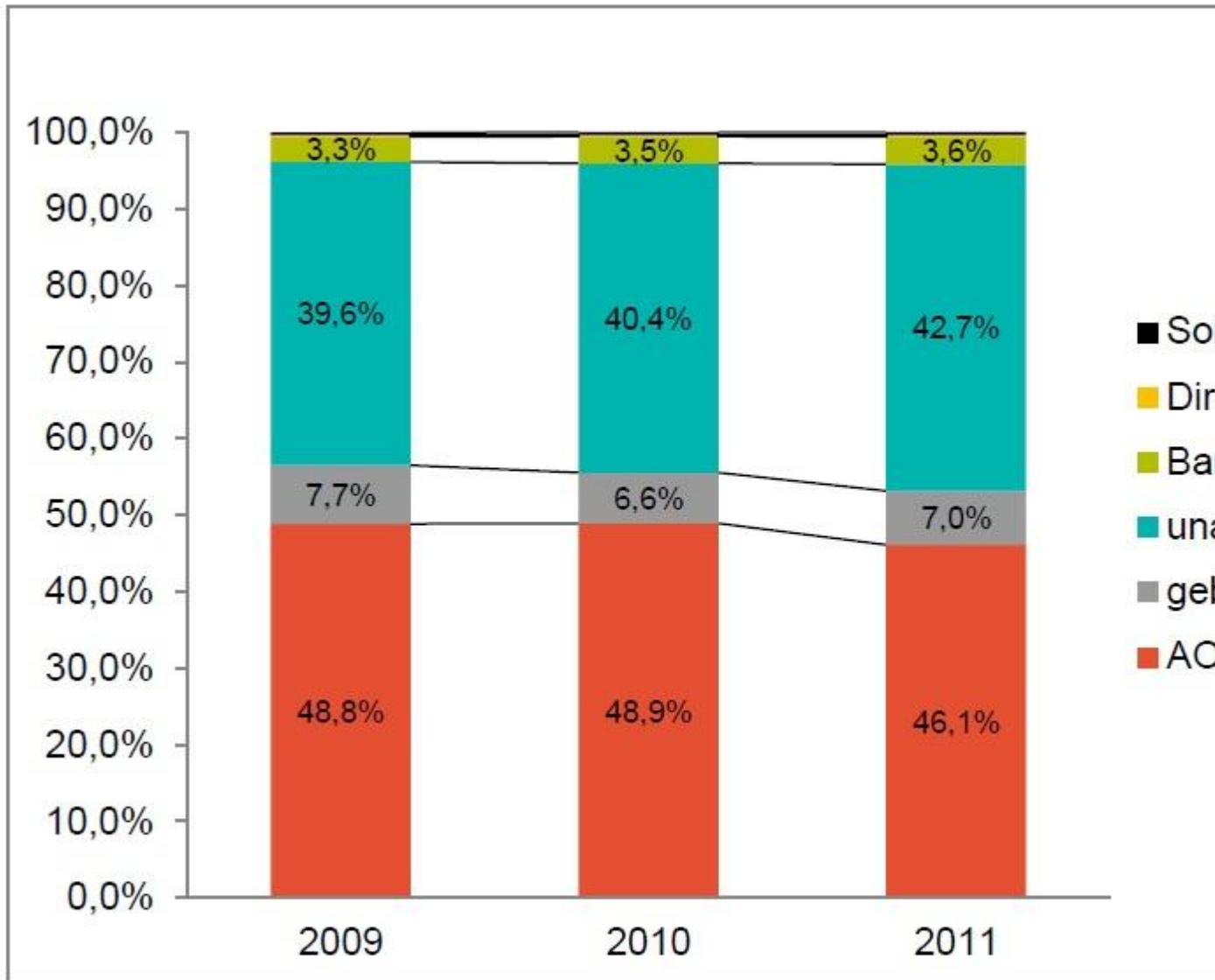
Die Erwartung der Studienteilnehmer an die Neugeschäftsentwicklung des Marktes für die nächsten 3 Jahre fällt nach Jahren der positiven Erwartungen erstmals negativ aus: Zwar sind die Aussichten für den Gesamtmarkt geteilt (40 Prozent rechnen mit Wachstum, 40 mit Rückgang), aber im Stimmungsbild zur Vollversicherung spiegelt sich nun die stete Diskussion um die PKV wider. 80 Prozent der Teilnehmer rechnen mit einem Rückgang des Neugeschäfts in der Vollversicherung. Noch im Vorjahr rechnete kein Teilnehmer mit einem Rückgang, sondern entweder mit gleichbleibendem oder sogar steigendem Neugeschäft. „Befeuert wird diese negative Einschätzung von der anhaltenden öffentlichen Debatte um die gesetzlichen Rahmenbedingungen bis hin zur Abschaffung der PKV“, so Wiesenevsky. „Dies führt zu Unsicherheit bei Kunden und Unternehmen.“

Zu den Unwägbarkeiten für die Branche zählen außerdem die unsicheren Aussichten in Bezug auf die Beitragsstabilität sowie die Folgen der Unisex-Tarife. Erstmals hat Towers Watson 2012 die Vertriebswegeanteile nach Männern und Frauen getrennt abgefragt und analysiert: „Der Vertriebswegemix zwischen Männern und Frauen unterscheidet sich wie erwartet nur geringfügig“, so Hildenbrand. „Es wird aber spannend sein zu sehen, ob sich der Schlussverkauf bei den Männern in 2012 bzw. die Wechselmöglichkeiten ab 2013 bei den Frauen auf den Vertriebsmix auswirken. Dabei wird sich zeigen, welcher Vertriebsweg den Männeranteil unter den Kunden auch über 2013 hinaus halten kann.“

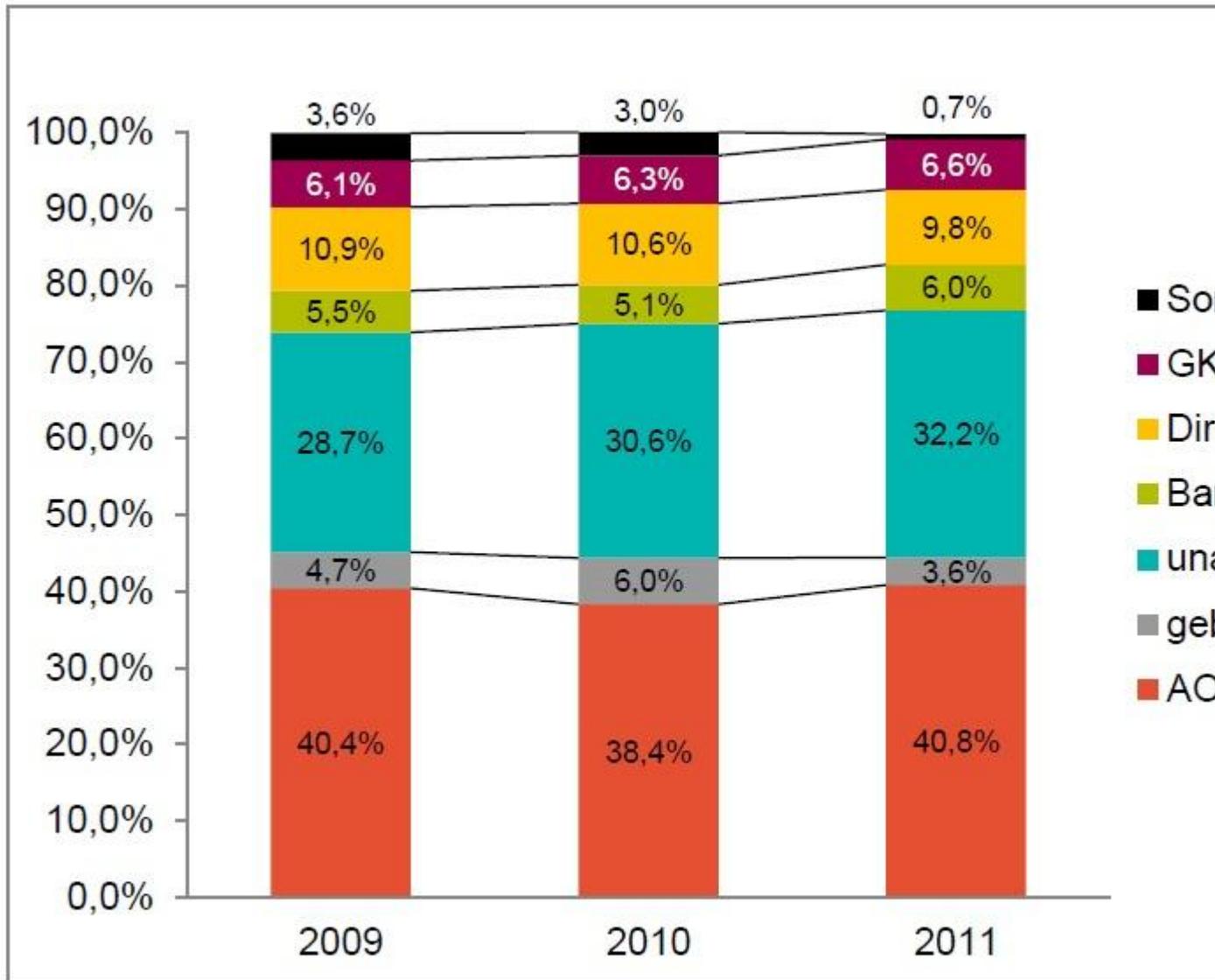
¹ Geb. Strukturvertrieb = weniger als 5 Produktpartner, feste vertragliche Bindung an einen oder wenige Versicherer oder im Besitz von einem oder wenigen Versicherern, Rekrutierung über untere Hierarchieebene und eigene Firmierung (z.B. DVAG, OVB etc.)

² Direktvertrieb = Internetvertrieb sowie Akquisition durch Anzeigen, Mailings, Tele-Marketing

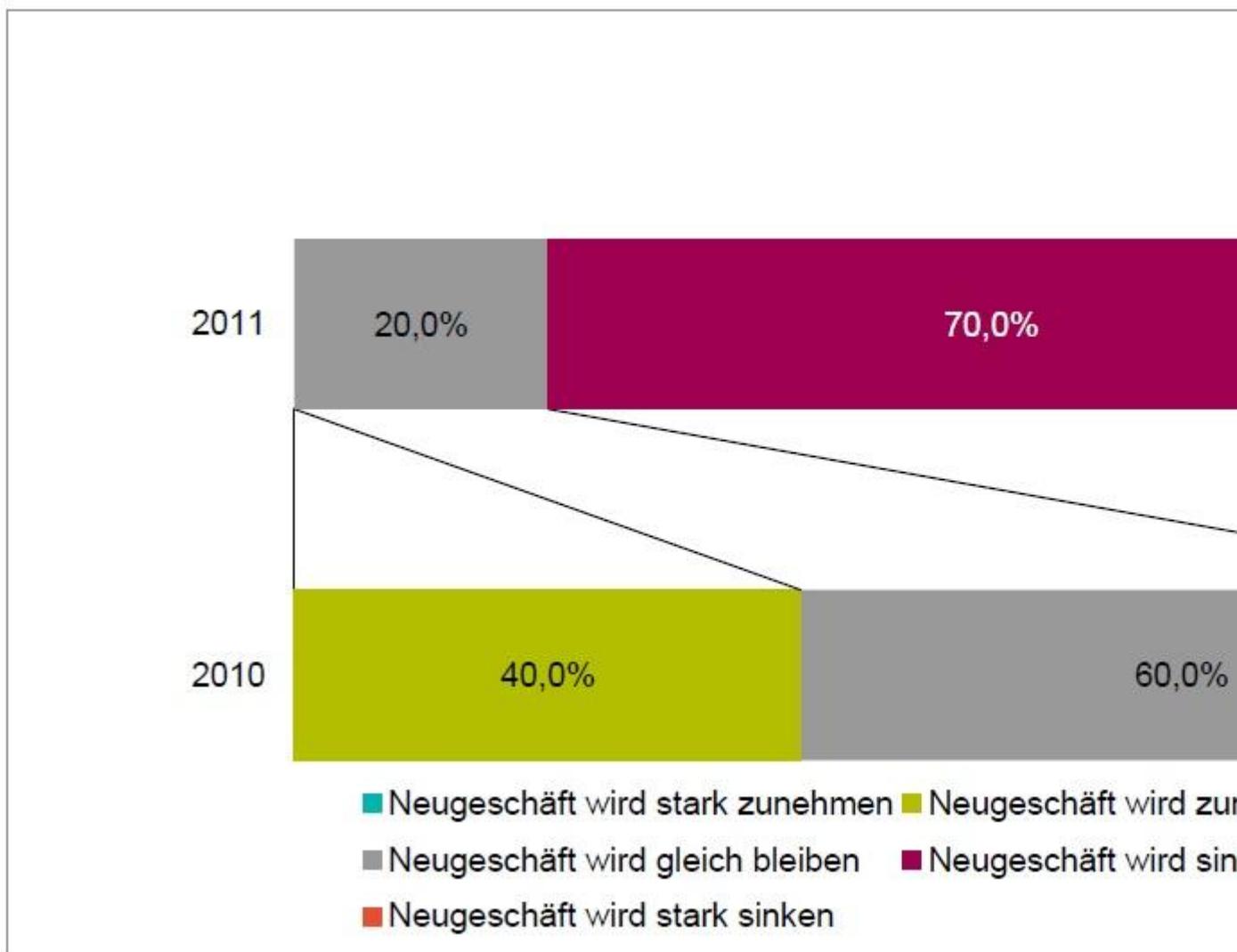
Grafik 1: Vertriebswegeanteile Krankenvollversicherung Vergleich der Jahre 2009 - 2011
ENTWICKLUNG DER VERTRIEBSWEGEANTEILE IN %



Grafik 2: Vertriebswegeanteile Krankenzusatzversicherung Vergleich der Jahre 2009 - 2011
 ENTWICKLUNG DER VERTRIEBSWEGEANTEILE IN %



Grafik 3: Stimmungsbild in der Vollversicherung
 WIE SCHÄTZEN SIE DIE NEUGESCHÄFTSENTWICKLUNG IN DEN NÄCHSTEN DREI JAHREN IN DER VOLLVERSICHERUNG EIN?



Pressekontakt:

Towers Watson GmbH
 Stefanie Krüger
 Habsburgerring 2
 50674 Köln

Telefon: 0221 / 8000 - 3427

E-Mail: stefanie.krueger@towerswatson.com

VOCATO public relations
 Corinna Bause
 Bahnstr. 19
 50858 Köln

Telefon: 02234 / 60198 - 19

E-Mail: cbause@vocato.com

Zur Studie

Ziel der Studie von Towers Watson ist es, die Marktanteile der einzelnen Vertriebswege im Krankenversicherungsgeschäft aufzuzeigen und deren zukünftige Entwicklung zu prognostizieren. Die Beteiligung an der diesjährigen Befragung war wieder positiv, wenngleich Towers Watson die Daten einiger Versicherer anhand von öffentlich verfügbaren Informationen, wie aus Geschäftsberichten, sowie Schätzungen auf Basis langjähriger Marktkenntnisse ergänzen musste. Insgesamt berücksichtigt die Studie einen Marktanteil von ca. 90 Prozent. Vergleichbare Umfragen führt Towers Watson für die Vertriebswege der Lebensversicherung bereits seit 1999 und der Schaden-/Unfallversicherung seit 2005 durch.

Über Towers Watson

Das Geschäftssegment Risk and Financial Services von Towers Watson bietet Dienstleistungen in den Bereichen Versicherung, Risikomanagement, Rückversicherungs-vermittlung und Investment. Towers Watson berät hier mehr als drei Viertel der weltweit größten Versicherungsunternehmen, ist der weltweit viertgrößte Rückversicherungsvermittler und hat über 400 Softwarekunden. Im Investment Consulting berät Towers Watson mehr als 1.000 institutionelle Anleger mit Vermögenswerten in Höhe von über 2,1 Billionen US-Dollar.

Towers Watson (NYSE, NASDAQ: TW) ist ein führendes weltweites Beratungsunternehmen, das Unternehmen dabei unterstützt, ihre Leistung durch effizientes Personal-, Risiko- und Finanzmanagement zu verbessern. Das Unternehmen berät zu allen Aspekten der betrieblichen Altersversorgung, des Talent- und Vergütungsmanagements sowie des Risiko- und Kapitalmanagements. Towers Watson hat weltweit 14.000 Mitarbeiter und ist im Internet unter der folgenden Adresse zu finden: www.towerswatson.com

