

## Vertriebswege-Survey zur Krankenversicherung: Ausschließlichkeit behält Spitzenposition im PKV-Vertrieb

**Unabhängige Vermittler und Direktvertrieb bauen Vertriebswegeanteile weiter aus, Gesamtmarkt verspürt starken Rückgang im Neugeschäft, Chancen liegen in der Zusatzversicherung. Die Ausschließlichkeitsorganisationen (AO) bleiben trotz geringer Verluste auch 2012 der stärkste Vertriebsweg in der privaten Krankenversicherung in Deutschland.**

- **Unabhängige Vermittler und Direktvertrieb bauen Vertriebswegeanteile weiter aus**
- **Gesamtmarkt verspürt starken Rückgang im Neugeschäft**
- **Chancen liegen in der Zusatzversicherung**

Die Ausschließlichkeitsorganisationen (AO) bleiben trotz geringer Verluste auch 2012 der stärkste Vertriebsweg in der privaten Krankenversicherung in Deutschland. Mit einem Marktanteil von 42 Prozent liegen sie jedoch nur noch 2,6 Prozentpunkte vor den unabhängigen Vermittlern, die ihren Anteil seit Jahren kontinuierlich ausbauen konnten. Dies ergab der Vertriebswege-Survey für die Krankenversicherung, den die Unternehmensberatung Towers Watson 2013 bereits zum siebten Mal in Folge durchführte. Gravierend ist darüber hinaus der Neugeschäftseinbruch: „Die negative Erwartungshaltung der Survey-Teilnehmer für das Jahr 2012 hat sich bestätigt“, erklärt Christian Hildenbrand, Studienautor und Berater bei Towers Watson. „Nach unserer Schätzung ist das Neugeschäftsvolumen um ca. 14 Prozent zurückgegangen.“ Durch den erheblichen Rückgang konnte kein Vertriebsweg sein Neugeschäftsvolumen erhöhen.

### **Krankenvollversicherung: Unabhängige Vermittler sind der AO auf den Fersen**

Besonders im Vertrieb der Vollversicherung dominieren die AO (46 Prozent) und die unabhängigen Vermittler (45 Prozent) den Markt. Letztere konnten im Jahr 2012 insbesondere Anteile von den gebundenen Strukturvertrieben<sup>1</sup> gewinnen, die mit einem Rückgang von 2,4 Prozent fast ein Drittel ihres Gesamtanteils einbüßten. Die übrigen Vertriebswege – Banken (+0,3 Prozent) und der Direktvertrieb<sup>2</sup> – spielen beim Verkauf der Vollversicherung keine große Rolle und veränderten sich kaum.

Der insgesamt hohe Rückgang des Neugeschäfts in der Vollversicherung relativiert auch die Verschiebung der Vertriebswegeanteile: Gewinne bedeuten keinen Zuwachs des Neugeschäftsvolumens, sondern lediglich einen geringeren Rückgang im Vergleich zu den anderen Vertriebswegen. „So nehmen die Verluste innerhalb der gebundenen Struktur noch dramatischere Züge an, als es zunächst den Anschein hat“, so Hildenbrand.

### **Zusatzversicherung: Vielfältige Entwicklungen sorgen für starke Schwankung**

Der Vertrieb der Kranken-Zusatzversicherung ist auch 2012 von Schwankungen geprägt. Die AO verliert die 2011 gewonnenen Anteile (2 Prozent) fast ausschließlich an die gebundenen Strukturvertriebe, Banken und Direktvertriebe. Mit knapp 39 Prozent bleibt sie jedoch weiterhin stärkster Vertriebskanal in der Zusatzversicherung, gefolgt von den unabhängigen Vermittlern mit 32 Prozent. Gewinner sind aber gebundene Strukturvertriebe (5,2 Prozent) und Banken (7,3 Prozent), die relativ gesehen hohe Anteilszuwächse verzeichnen.

„Bei den Vertriebswegen in der Zusatzversicherung ist eine höhere Vielfalt im Vergleich zur Vollversicherung zu beobachten. Insbesondere standardisierte Produkte, wie z. B. Zahnzusatzversicherungen, führen zu einer Erhöhung der Anteile von Direktvertrieb und GKV-Kooperationen“, sagt Hildenbrand. „Auch für die Zukunft kann sich der Direktvertrieb im Bereich

der Zusatzversicherung noch Potenzial erschließen.“ Alle Studienteilnehmer erwarten aus der Zusatzversicherung auch eine steigende Bedeutung für das Neugeschäft.

Die Studie repräsentiert eine Marktabdeckung von rund 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.

### **Neugeschäftserwartungen weiter sehr kritisch**

Die Neugeschäftsentwicklung 2012 war in Summe deutlich negativ: Der Verkauf von Krankenversicherungen ist um etwa 14 Prozent eingebrochen. Auch für die nächsten drei Jahre erwarten die Teilnehmer einen Rückgang im PKV-Vertrieb. Nur 18 Prozent rechnen noch mit einem wachsenden Neugeschäft (Vorjahr 40 Prozent). Dies gilt vor allem für die Vollversicherung, während in der Zusatzversicherung von vielen Teilnehmern noch Wachstumspotenzial gesehen wird.

### **Ausblick**

Die unabhängigen Vermittler werden nach Einschätzung von Towers Watson die AO in den nächsten ein bis zwei Jahren erstmalig in der Vollversicherung überholen – trotz Rückgang der Umdeckungen sowie der Beschränkung der Provisionshöhen und Verlängerung der Haftungszeiten. „Ein wesentlicher Grund ist, dass die Kunden generell eine unabhängige Beratung und Bewertung über das Tarifangebot wünschen“, erklärt Ulrich Wiesenevsky, bei Towers Watson verantwortlich für die Vertriebswege-Surveys aller Sparten. „Daher ist es durchaus möglich, dass sich die unabhängigen Vertriebe auch langfristig auf dem ersten Platz im Vertriebsgefüge halten werden.“

Towers Watson erwartet für das Gesamtjahr 2013 eine weitere deutliche Verminderung des Neugeschäftsvolumens um über 10 Prozent, in erster Linie bedingt durch den Rückgang in der Vollversicherung. Dafür verantwortlich sind u. a. die anhaltenden Diskussionen über hohe Beitragsanpassungen, Rechnungszinsabsenkungen und das generelle Fortbestehen der PKV. „Die Kunden reagieren auf diese Diskussionen verunsichert“, so Wiesenevsky. „Positive Impulse dürften auch weiterhin aus der Zusatzversicherung kommen sowie in gewissem Umfang auch aus der betrieblichen Krankenversicherung, in der mittelfristig immer mehr Unternehmen mit Angeboten auf den Markt kommen werden.“

<sup>1</sup> 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.)

<sup>2</sup> Direktvertrieb = Internetvertrieb sowie Akquisition durch Anzeigen, Mailings, Tele-Marketing

### **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. Die Daten einiger Versicherer wurden anhand von öffentlich verfügbaren Informationen, wie aus Geschäftsberichten, sowie Schätzungen auf Basis langjähriger Marktkenntnisse ergänzt. Insgesamt berücksichtigt die Studie damit 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.

grafik1Entwicklung der Vertriebswegeanteile  
Krankenvollversicherung Vergleich der Jahre 2005 - 2012

grafik2Entwicklung der Vertriebswegeanteile  
Krankenzusatzversicherung Vergleich der Jahre 2005 - 2012

grafik3Stimmungsbild - Wie schätzen Sie die  
Neugeschäftsentwicklung im Gesamtmarkt in den nächsten  
drei Jahren ein.

**Pressekontakt:**

Ulrike Lerchner-Arnold  
- Public Relations Manager -  
Telefon: 0611 / 794 - 218  
E-Mail: [ulrike.lerchner-arnold@towerswatson.com](mailto:ulrike.lerchner-arnold@towerswatson.com)

**Unternehmen:**

Towers Watson  
Wettinerstr. 3  
65189 Wiesbaden

**Über Towers Watson**

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](http://www.towerswatson.com)

Das Geschäftssegment Risk and Financial Services von Towers Watson bietet Dienstleistungen in den Bereichen Versicherung, Risikomanagement, Rückversicherung und Investment. Towers Watson berät hier mehr als drei Viertel der weltweit größten Versicherungsunternehmen 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**

