

Lebensversicherung: Einfirmenvermittler bleiben führender Vertriebsweg

Vertriebswege und Produktkategorien im Neugeschäft der Lebensversicherer 2024

Köln, 1. Dezember 2025 — Einfirmenvermittler blieben auch 2024 der führende Vertriebsweg für Lebensversicherungsprodukte in Deutschland: Nachdem sie 2022 nach langer Zeit wieder zum erfolgreichsten Kanal avanciert waren und ihre Führung 2023 weiter ausgebaut hatten, lagen sie 2024 bei einem Anteil von knapp 35 Prozent und damit ein Prozent unter dem Vorjahr. Während Makler und Mehrfachagenten stabil bei 32 Prozent blieben, konnte der Bankvertrieb mit einen Vertriebsanteil von 26 Prozent (Vorjahr: 24 Prozent) zulegen (Abb. 1). Dies sind die zentralen Ergebnisse der 26. Studie zur Lebensversicherung, die das Beratungs- und Dienstleistungsunternehmen [WTW](#) für das Jahr 2024 durchgeführt hat. WTW analysiert hierfür das eingelöste Neugeschäft jedes Lebensversicherers – aufgeteilt auf Produktkategorien und Vertriebswege.

„Die Veränderungen der Vertriebswegeanteile am eingelösten Neugeschäft stehen in engem Zusammenhang mit den Einmalbeiträgen. Bei den laufenden Beiträgen fallen die Schwankungen deutlich geringer aus“, sagt Henning Maaß, Director Insurance Management Consulting bei WTW in Deutschland.

Neugeschäft gegen Einmalbeitrag legt wieder zu

2024 betrug das APE¹-Neugeschäft aus neu eingelösten Versicherungsscheinen rund 6 Milliarden Euro – ein Plus von 172 Millionen Euro bzw. 3 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Dieser Anstieg resultiert aus positiven Entwicklungen sowohl im Neugeschäft mit Einmalbeiträgen als auch mit laufenden Beiträgen. Während Einmalbeiträge nach einem starken Einbruch 2023 im Jahr 2024 um 906 Millionen Euro zunahmen, wuchs auch das Neugeschäft mit laufenden Beiträgen nochmals um 81 Millionen Euro.

Die Zunahme der Einmalbeiträge beschränkt sich jedoch nur auf wenige Versicherer. „Viele Gesellschaften haben Rückgänge beim Neugeschäft gegen Einmalbeitrag hinnehmen müssen – vor allem bei Produkten der privaten Altersvorsorge“, so Maaß.

Banken profitieren am meisten

Nachdem der Vertriebsweg Banken 2023 beim Einmalbeitragsgeschäft am stärksten verloren hatte, erzielte er 2024 ein Plus von 1,1 Milliarden Euro. Dementsprechend stieg der Vertriebsanteil der Banken bei Einmalbeiträgen besonders dynamisch, von

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

Pressemitteilung

37 Prozent im Vorjahr auf 41 Prozent in 2024 (Abb. 2), was sich auch auf ihren Vertriebsanteil gemäß APE (Abb. 1) sichtbar auswirkte.

Die Einfirmenvermittler konnten im Vertrieb von Einmalbeiträgen erneut zulegen und verkauften 196 Millionen Euro mehr als im Vorjahr. Die Makler und Mehrfachagenten verzeichneten hingegen ein Minus von 100 Millionen Euro.

Auch Neugeschäft gegen laufenden Beitrag wächst stabil

Das Neugeschäft mit laufenden Beiträgen stieg 2024 um 2 Prozent. Dieser Zuwachs ist jedoch vor allem den Maklern und Mehrfachagenten sowie den Banken zu verdanken. Insbesondere haben erstere ihren Anteil zu Lasten der Einfirmenvermittler erhöht (Abb. 3). „Makler und Mehrfachagenten konnten ihr Neugeschäft mit laufenden Beiträgen über Jahre hinweg steigern und sind nun erstmalig der Vertriebsweg mit dem höchsten Anteil“, sagt Maaß. „Einfirmenvermittler konnten vom Beitragswachstum nicht maßgeblich profitieren und verlieren aus diesem Grund Vertriebsanteile.“

Durchschnittsbeträge steigen über alle Vertriebswege hinweg

Seit mehreren Jahren gelingt es allen drei großen Vertriebswegen, den mittleren laufenden Beitrag pro Neuvertrag kontinuierlich zu erhöhen. Im Jahr 2024 erzielten Makler und Mehrfachagenten mit 1.484 Euro den höchsten Durchschnitt (2020: 1.244 Euro). Es folgen die Einfirmenvermittler mit 1.271 Euro (2020: 1.119 Euro) sowie die Banken mit 1.189 Euro (2020: 1.106 Euro).

Die hohen Durchschnittsbeträge bei den Maklern und Mehrfachagenten erklärt Maaß wie folgt: „Makler und Mehrfachagenten konzentrieren sich sehr auf Produkte der Altersvorsorge und Einkommenssicherung. Diese Produkte zeichnen sich durch höhere Prämien aus als Risikoversicherungen, die bei den anderen Vertriebswegen einen größeren Anteil ausmachen.“

Altersvorsorge und Einkommenssicherung bleiben Fokusthemen

„Wie sich die Einmalbeiträge entwickeln, lässt sich nur schwer prognostizieren. Ich rechne aber zumindest nicht mit einem Rückgang. Bei den laufenden Beiträgen bin ich deutlich zuversichtlicher“, so Maaß. „Die regelmäßige Altersvorsorge und Einkommenssicherung bleiben zentrale Themen, für die Versicherer und Berater gut aufgestellt sind.“

Pressekontakt

VOCATO public relations GmbH
Corinna Bause / Verena Schmorleiz
Tel: +49 2234 60198-19 / -15
Mail: cbause@vocato.com / vschmorleiz@vocato.com

Über WTW

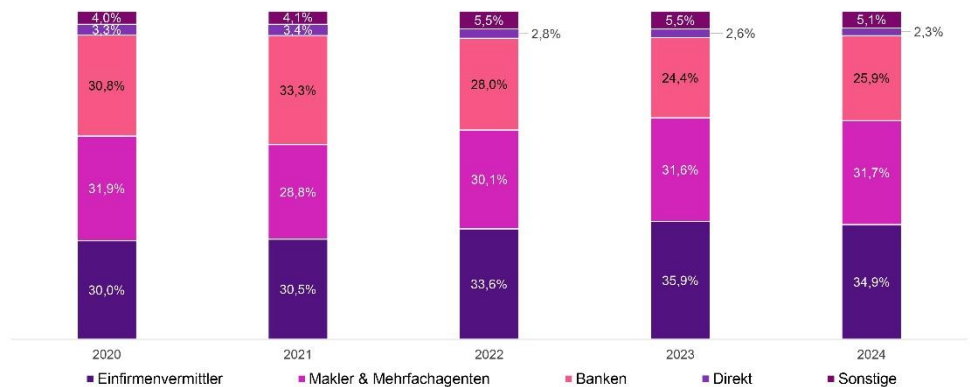
WTW (NASDAQ: WTW) bietet datengesteuerte, evidenzbasierte Lösungen in den Bereichen Mitarbeiter, Risiko und Kapital. Wir nutzen die globale Sichtweise und das lokale Fachwissen unserer Mitarbeitenden in 140 Ländern und Märkten, um Unternehmen dabei zu helfen, ihre Strategie zu schärfen, die Widerstandsfähigkeit 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 – 2024



Pressemitteilung

Abb. 2: Anteile der Vertriebswege am eingelösten Neugeschäft (Einmalbeitrag) 2020 - 2024

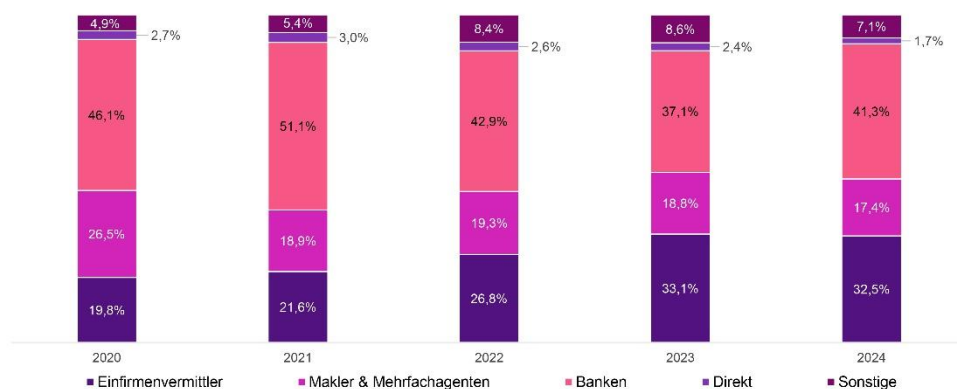
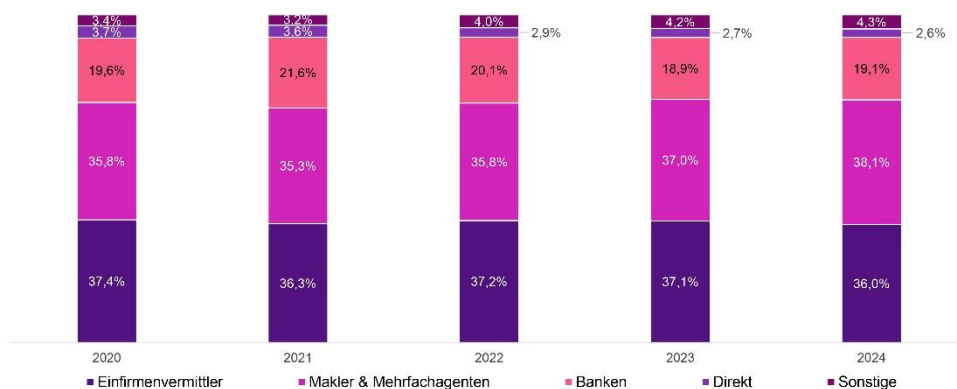


Abb. 3: Anteile der Vertriebswege am eingelösten Neugeschäft (lfd. Beitrag für 1 Jahr) 2020 - 2024



QUELLE FÜR ALLE GRAFIKEN: WTW