Pressemitteilung

WTW Studie Lebensversicherung 2025

Lebensversicherung: Einfirmenvermittler stärken Position als führender Vertriebsweg

Neugeschäft 2025 um 8 Prozent gewachsen

Köln, 2. November 2026 – Einfirmenvermittler haben 2025 ihre Stellung als führender Vertriebsweg für Lebensversicherungsprodukte in Deutschland ausgebaut: Im Vergleich zum Vorjahr stieg ihr Vertriebsanteil um 1 Prozent auf nun 36 Prozent. Auch der Bankvertrieb legte auf 28 Prozent zu (Vorjahr: 26 Prozent), während Makler und Mehrfachagenten auf einen Anteil von 29 Prozent (Vorjahr: 32 Prozent) sanken (Abb. 1). Dies sind die zentralen Ergebnisse der 27. Studie zur Lebensversicherung, die das Beratungs- und Dienstleistungsunternehmen WTW für das Jahr 2025 durchgeführt hat. WTW analysiert hierfür das eingelöste Neugeschäft aller deutschen Lebensversicherer, aufgeteilt auf Produktkategorien und Vertriebswege.

„Wie schon in den Vorjahren hängen die Veränderungen der Vertriebswegeanteile stark vom eingelösten Neugeschäft mit Einmalbeiträgen ab. Insbesondere Einfirmenvermittler erzielten dort die höchste Zuwachsrate, ebenso wie bei den eingelösten laufenden Beiträgen“, sagt Henning Maaß, Senior Director Insurance Management Consulting bei WTW in Deutschland.

Starker Anstieg beim Neugeschäft

2025 betrug das APE[1]-Neugeschäft aus neu eingelösten Versicherungsscheinen rund 6,5 Milliarden Euro. Das entspricht einem Plus von einer halben Milliarde Euro bzw. 8 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Ursächlich sind vor allem die **Einmalbeiträge**, die um 4,3 Milliarden Euro (plus 23 Prozent) sehr kräftig zugelegt haben. Nur wenige Versicherer verzeichneten 2025 keine Zuwächse bei den Einmalbeiträgen. „Allerdings entfallen mehr als 75 Prozent des gesamten Zuwachses bei den Einmalbeiträgen auf lediglich drei Lebensversicherer. Dabei dominierten wie üblich die Produkte der privaten Altersvorsorge“, so Maaß.

Das Neugeschäft mit **laufenden Beiträgen** stieg um 73 Millionen Euro (plus 2 Prozent). Dieser Zuwachs ist jedoch der Geringste der letzten drei Jahre. Banken vermittelten 3 Prozent weniger Neugeschäft, während Einfirmenvermittler und Makler und Mehrfachagenten 4 bzw. 3 Prozent mehr Neugeschäft vertreiben konnten als im Vorjahr. „Makler und Mehrfachagenten bleiben führender Vertriebsweg bei den laufenden Beiträgen. Mit durchschnittlich 4,5 Prozent pro Jahr zeigen sie zudem die höchste Wachstumsrate über die letzten sieben Jahre auf“, sagt Maaß (Abb. 2).

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

Pressemitteilung

Einfirmenvermittler und Banken sind Gewinner bei Einmalbeiträgen

Schon in den vergangenen Jahren konnten die Einfirmenvermittler ihr Geschäft gegen Einmalbeiträge stetig ausbauen. 2025 erzielte dieser Vertriebsweg sogar ein Plus von 1,6 Milliarden Euro. Noch größer fiel jedoch erwartungsgemäß der Zuwachs des Bankvertriebs aus, der seinen Anteil bei den Einmalbeiträgen auf 45 Prozent steigern konnte (Abb. 3). Der Anteil der Makler und Mehrfachagenten bei Einmalbeiträgen sank dagegen auf 12 Prozent (Vorjahr: 17 Prozent).

Restkreditversicherung: Gesetzliche Wartefrist trifft Bankvertrieb massiv

Einen signifikanten Einbruch und historischen Tiefstand muss der Bankvertrieb im Geschäft mit Restkreditversicherungen hinnehmen. Maaß: „Bislang galt für das von Banken vermittelte Einmalbeitragsgeschäft eine einfache Faustformel: Sie vermittelten zu 90 Prozent Produkte der betrieblichen und privaten Altersvorsorge und zu 10 Prozent Restkreditversicherungen.“ 2025 gingen jedoch die Einmalbeträge für Restkreditversicherungen um 650 Millionen Euro zurück und machten damit nur noch 3 Prozent des Einmalbeitragsgeschäfts der Banken aus.

Der Grund: Seit dem 1. Januar 2025 dürfen Restkreditversicherungen zu Verbraucherkrediten erst eine Woche nach dem Kreditvertrag abgeschlossen werden. „Diese Wartefrist hat den Restkreditversicherungs-Absatz und damit den Bankvertrieb erheblich beeinträchtigt“, erklärt Maaß. „Im Gegenzug haben Banken aber auch 3,2 Milliarden Euro Einmalbeiträge in der privaten Altersvorsorge vermittelt.“

Altersvorsorge wird das große Vertriebsthema

Wachstumspotenzial sieht WTW künftig für das Geschäft mit laufenden Beiträgen: „Die Altersvorsorgereform dürfte das Neugeschäft beleben und neue Vertriebschancen eröffnen“, so Maaß. „Erfolgreich werden vor allem Lebensversicherer sein, die attraktive Altersvorsorgelösungen mit einer bedarfsgerechten Absicherung biometrischer Risiken verbinden.“

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)

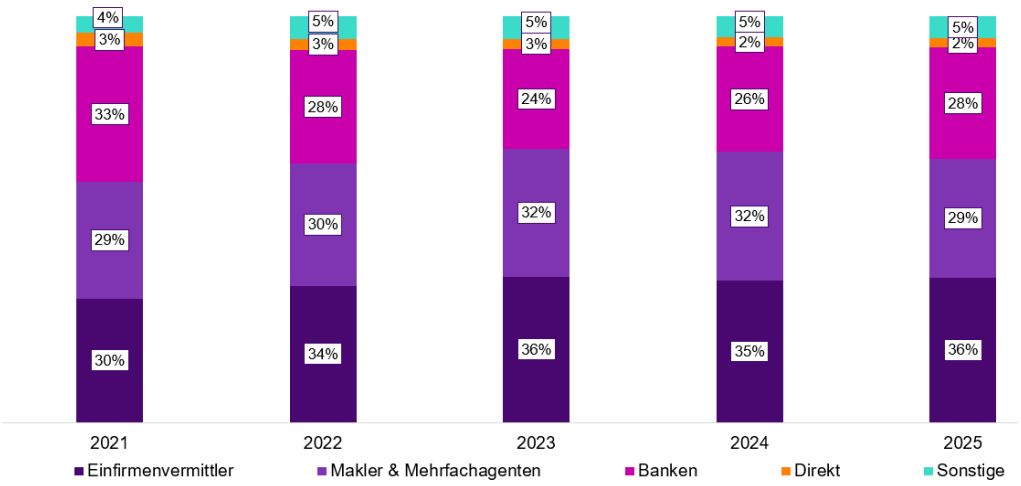
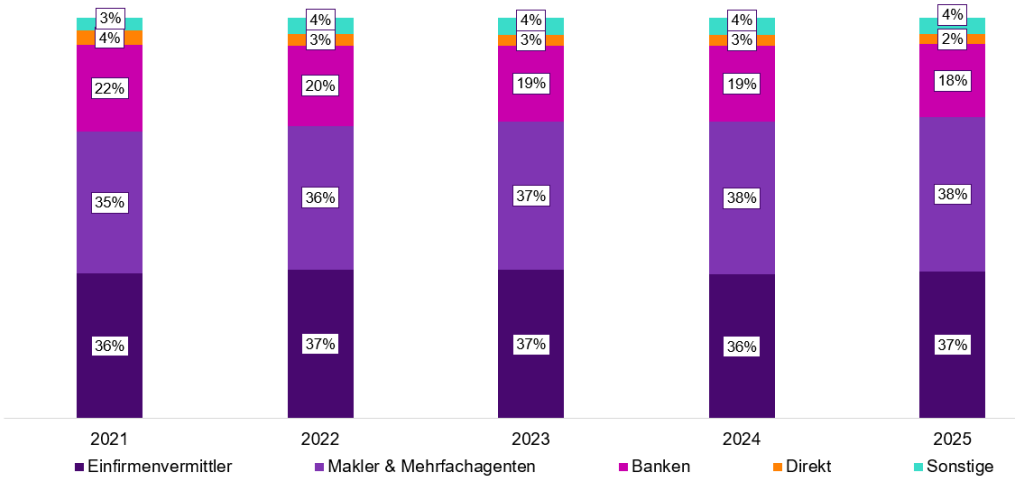
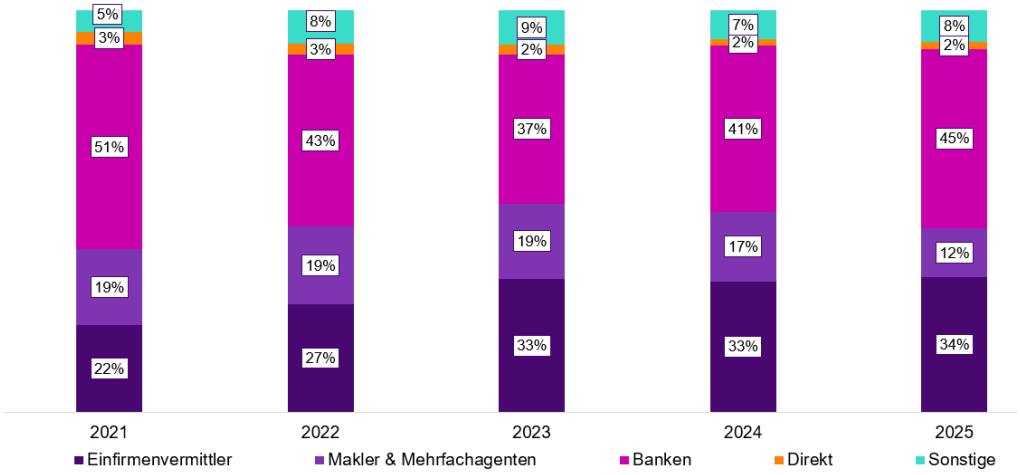


Abb. 2: Anteile der Vertriebswege am eingelösten Neugeschäft (lfd. Beitrag für 1 Jahr)



Pressemitteilung

Abb. 3: Anteile der Vertriebswege am eingelösten Neugeschäft (Einmalbeitrag)



QUELLE FÜR ALLE GRAFIKEN: WTW