

# bankassurance + allfinanz

## Schadens-/Unfallversicherungen: Neue Konkurrenz für Banken?

Beim Versicherungsvertrieb am Bankschalter hat sich das Bild seit Jahren nur wenig verändert. Das Geschäft wird von der Personenversicherung dominiert: Lebensbeziehungsweise Rentenversicherungen, vielleicht auch noch Auslandsreisekranken- oder Unfallversicherungen. Im Kompositgeschäft dagegen tun sich die Banken traditionell schwer. Immer wieder einmal wurde und wird davon gesprochen, hier die Potenziale besser ausschöpfen zu wollen. Der Marktanteil des Bankvertriebs bleibt aber unverändert niedrig.

An diesem Bild ändert auch der Vertriebswege-Survey 2011 von Towers Watson nichts. Nach wie vor haben die Ausschließlichkeitsorganisationen mit 57 Prozent der Prämieinnahmen im Bereich Schaden-Unfallversicherungen die Nase vorn und liegen vor den unabhängigen Vermittlern (24 Prozent) und dem Bankvertrieb, der auf gerade einmal acht Prozent Marktanteil kommt.

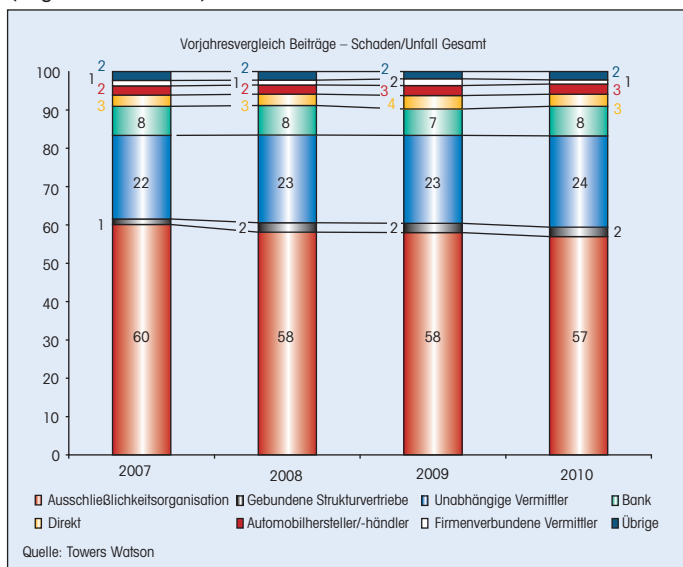
Die Kreditinstitute haben ihren Marktanteil gegenüber dem Vorjahr demnach zwar um einen Prozentpunkt ausgebaut. Da sie aber auch in den Jahren 2007 und 2008 auf acht Prozent am Neugeschäft kamen, kann hier nicht von einer echten Steigerung gesprochen werden. Vielmehr ist es eine Stagnation auf niedrigem Niveau – und es besteht auch kaum Aussicht, dass sich daran in naher Zukunft etwas ändert, so meinen es zumindest die befragten Versicherungsunternehmen. 75 Prozent von ihnen sind der Ansicht, dass der Vertriebsweg Bank für sie in den nächsten fünf Jahren keine Bedeutung hat, ein Viertel rechnet mit gleichbleibender Bedeutung. Eine Bedeutungszunahme erwartet niemand.

Ganz anders bei den Maklern: Ihnen räumen die Marktteilnehmer die besten Wachstumsaussichten ein. 71 Prozent (im Vorjahr 42 Prozent) schätzen ihre Bedeutung als weiter steigend ein – vor allem im Privatkundengeschäft. Auch der Direktver-

trieb scheint trotz seines noch geringen Marktanteils von vier Prozent 2010 (ein Prozentpunkt mehr als 2009) im Aufwind zu sein. 2011 meinten dies 54 Prozent der Befragten, gegenüber 33 Prozent im Vorjahr. Das wird sicher zum Teil zulasten der Ausschließlichkeitsorganisationen gehen, deren Marktanteil in den letzten vier Jahren um drei Prozentpunkte gesunken ist.

Ein verstärkter Onlinevertrieb könnte aber nicht zuletzt auch dem Bankvertrieb weiter Konkurrenz machen. Immerhin gaben in der Studie „Vergleichsportale für Versicherungen“ von Ibi Research im vergangenen Jahr 66 Prozent der Verbraucher an, grundsätzlich im Internet abschließen zu wollen. Und dabei lagen eben die Produkte aus dem Kompositbereich vorne, mit denen die Kreditinstitute sich im Wettbewerb versuchen: Privathaftpflicht- und Hausratsversicherung sowie die Kfz-Versicherung, die schon lange nicht mehr die Domäne des Bankvertriebs ist.

**Vertriebswegeanteile im Kompositgeschäft – Gesamtmarkt**  
(Angaben in Prozent)



**Perspektiven der Vertriebswege aus Versicherungssicht**  
(Angaben in Prozent)

