

## ALTERSVERSORGE

## Banken bauen Marktanteil im bAV Vertriebswegemix aus

Makler und Mehrfachagenten bleiben der wichtigste Vertriebskanal für betriebliche Altersversorgungsprodukte in Deutschland. Sie verfügten 2019 mit einem Anteil von 37 Prozent über den größten Teil am Neugeschäftsvolumen nach APE (Annual Premium Equivalent: Summe aus laufenden Beiträgen für ein Jahr und 10 Prozent der Einmalbeiträge), vor den Einfirmenvermittlern (33 Prozent) und Banken (20 Prozent). Das geht aus der jüngsten Vertriebswegestudie zur deutschen Lebensversicherung von Willis Towers Watson hervor.

In der Unterscheidung nach laufenden und einmaligen Beiträgen lagen Makler und Mehrfachagenten 2019 mit 40 Prozent bAV-Vertriebsanteil

(2018: 41 Prozent) deutlicher vor den Einfirmenvermittlern (35 Prozent 2019 versus 38 Prozent 2018). Banken konnten ihren Vertriebsanteil von 15 auf 18 Prozent steigern. Alle drei Vertriebswege erzielten deutlich mehr laufende bAV-Neubeiträge, wobei Banken am stärksten zugelegt haben. Bei den Einmalbeiträgen übernahmen Banken mit 41 Prozent sogar die Führungsposition vor Einfirmenvermittlern (19 Prozent) sowie Maklern und Mehrfachagenten (17 Prozent). Allerdings beträgt der APE-Anteil der Einmalbeiträge in der betrieblichen Altersvorsorge nur 13 Prozent – gegenüber 58 Prozent in der privaten Altersvorsorge, wo Kunden die Angebote der Versicherer nutzen, um höhere Beiträge zu investieren. Red.