

Ergänzende Folien zur Pressemitteilung des BVK vom 28.10.2025

BVK-Strukturanalyse 2025

Gliederung/Hinweis



Gliederung

- Methodik
- Stichprobenbeschreibung
- Anreize im Vertrieb

Hinweis

© 2025 Bundesverband Deutscher Versicherungskaufleute e.V., Bonn
Für die Richtigkeit wird keine Haftung übernommen.

Methodik

- Anonyme Onlinebefragung von Versicherungsvermittlern
- Zeitraum: 17.2.2025 bis 1.7.2025
- Beworben über Bundesverband Deutscher Versicherungskaufleute e.V. (BVK), Arbeitskreis Vertretervereinigungen der Deutschen Assekuranz e.V. (AVV), VersicherungsJournal
- Mittlere Antwortzeit 16 Minuten
- Nettostichprobe 1.440 Fragebögen, davon 90,8% Exklusivvertreter
- Studie veröffentlicht im VersicherungsJournal Verlag Ahrensburg



Stichprobenbeschreibung



Anteil männlicher Leitungen



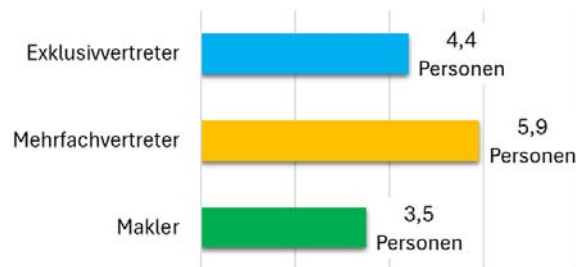
Alter



Tätigkeitsdauer

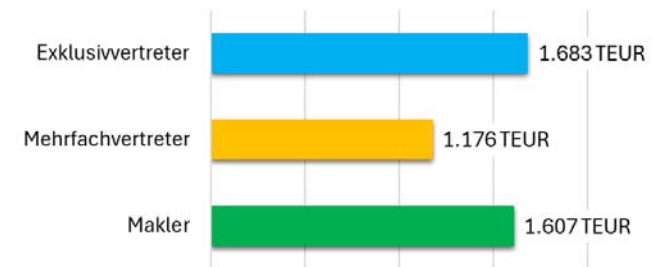


Personenzahl im Betrieb



Der „typische Vermittler“

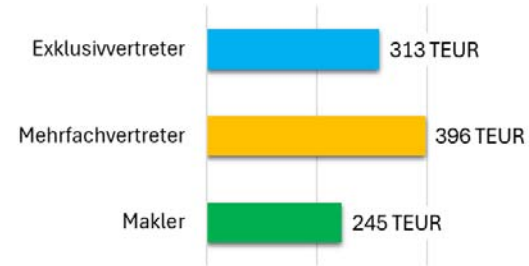
Bestand SHUKR



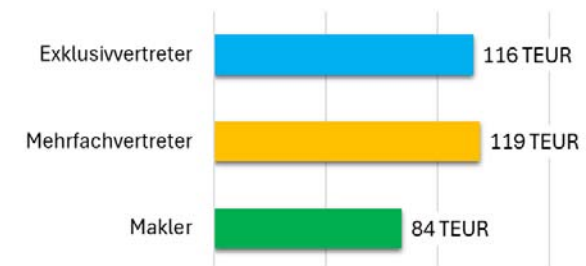
Cross-Selling-Quote



Umsatz



Gewinn



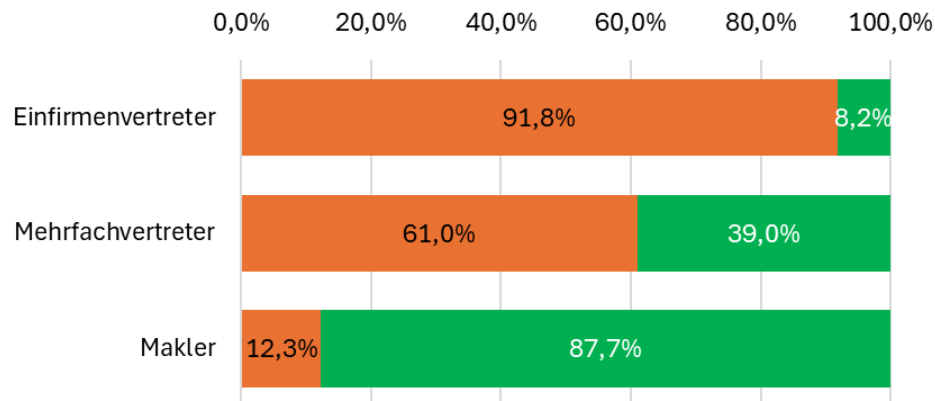
Anreize im Vertrieb



- Bonifikationen

Erhalten Sie von Ihrem Vertragspartner grundsätzlich Zuschüsse oder produktionsabhängige Vergütungen (Bonifikationen)?

■ Ja ■ Nein



N=1.305/59/73

Quelle: BVK-Strukturanalyse 2025

Wenn ja, welchen Anteil haben Zuschüsse und produktionsabhängige Vergütungen an Ihren Gesamteinnahmen?

■ Bonifikation nicht erreicht ■ bis 5 %
 ■ über 5 % bis 10 % ■ über 10 % bis 20 %
 ■ über 20 % bis 30 % ■ über 30 %



N=1.199/36/9

Quelle: BVK-Strukturanalyse 2025

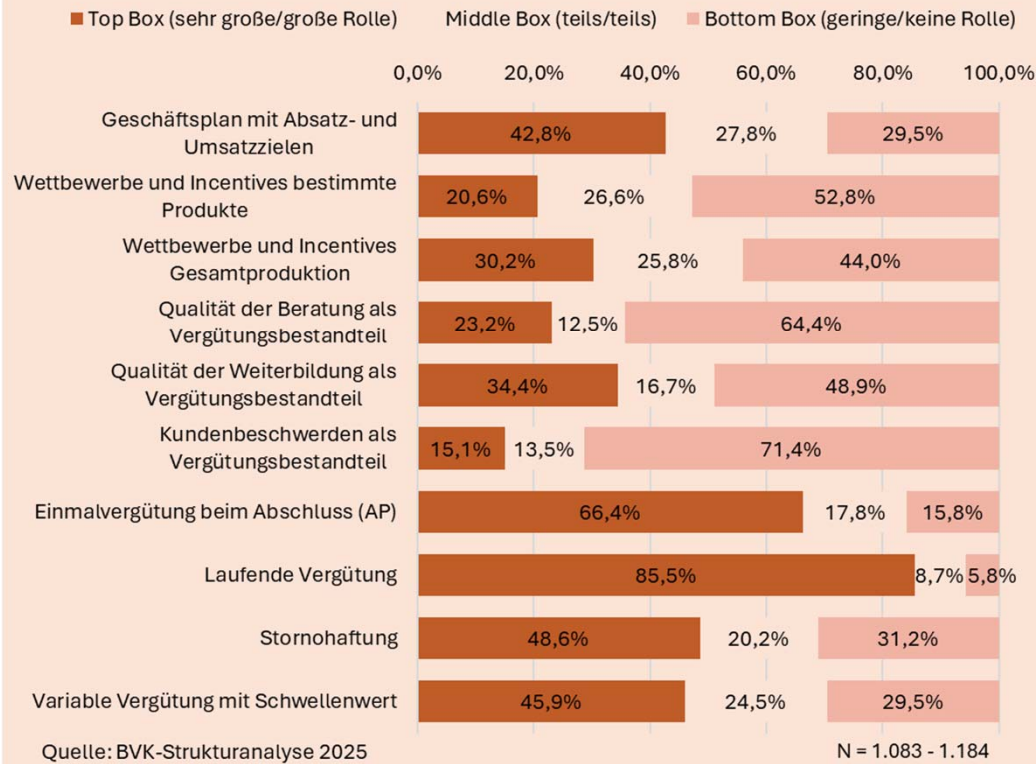
Anreize im Vertrieb

- Anreize und Anreizregelungen mit dem Risiko des Interessenkonflikts laut Art. 8 Delegierte Verordnung 2017/2359, ergänzend zur Richtlinie 2016/97 („IDD“)

Bewertungskriterien für Anreize und Anreizregelungen	
Tendenziell kritisch <i>je nach Ausgestaltung</i>	Tendenziell positiv <i>je nach Ausgestaltung</i>
Geschäftsplan mit Absatz- und Umsatzzielen	Angemessene Stornohaftung
Wettbewerbe und Incentives für bestimmte Produkte	Berücksichtigung von Kundenbeschwerden
Wettbewerbe und Incentives für Gesamtproduktion	Qualität der Beratung als Vergütungsbestandteil
Einmalvergütung bei Abschluss (Abschlussprovision/-courtage)	Qualität der Weiterbildung als Vergütungsbestandteil
Variable Vergütungen abhängig von einem Schwellenwert	Laufende Provision/Courtage

Anreize im Vertrieb

Vergütungen, Anreize und Verkaufssteuerung
Rolle bei *Exklusivvertretern*



Vergütungen, Anreize und Verkaufssteuerung
Rolle bei *Maklern/Mehrfachvertretern*

