

23. MCC-KONGRESS, 12. MÄRZ 2026

Schicksalsfrage Vertriebswegemix: Wie wir jetzt die Weichen für die Zukunft stellen

Frank Kettner, Mitglied des Vorstands,
ALH Gruppe



Management Summary

Vertriebswegemix Status Quo

- Es ist eine zunehmende Verschiebung der Vertriebswege zu erkennen. Der richtige Mix wird für Versicherer zukünftig immer mehr zum Erfolgsfaktor.
- Der aktuelle Vertriebswegemix wird durch zentrale **Marktfaktoren** beeinflusst:
 - **Demografie** und **Konsolidierungen**
 - **Regulatorik**
 - **Neue Technologien** (wie KI)

Vertriebswegemix der Zukunft

- Für einen diversifizierten Vertriebswegemix gilt es, bereits jetzt die Fähigkeiten von Morgen aufzubauen:
 - **Vernetzte Vertriebswege** und **Datenflüsse**
 - **360 Grad Kunden- und Interaktionssicht** (CRM)
 - **Hohe Lieferfähigkeit** mittels standardisierter Daten-APIs
 - **Hohe Handlungsfähigkeit** mittels durchgängiger KI-Integration in Vertriebs- und Serviceprozesse



Vertriebswegemix Status Quo

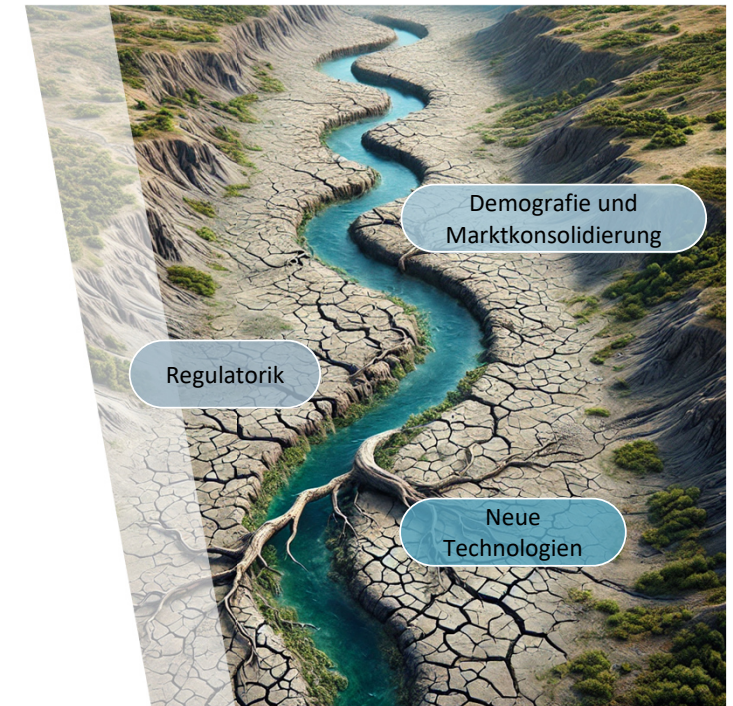


Zunehmende Verschiebung der Vertriebswege. Der richtige Mix wird zukünftig immer stärker zum Erfolgsfaktor

Aktueller Vertriebswegemix¹ und Einflussfaktoren

Vergleich 2024 zu 2023

	Leben	Kranken	SHU	KFZ
Ausschließlichkeitsvertrieb	38% ↓	53% ↓	41% ↓	44% ↑
Maklervertrieb	38% ↑	31% ↑	44% ↓	26% ↓
Bankenvertrieb	19% ↑	4% ↑	6% ↑	2% ↓
Direktvertrieb, Kooperationen und Ökosysteme ²	5% ↓	12% ↑	9% ↑	28% ↑



1) Quelle: GDV-Vertriebswegemix 2024
 2) Inkl. Sonstige Vertriebe



Der demografische Wandel verändert den Vermittlermarkt bereits heute

Demografie & Konsolidierungen

- Durchschnittsalter der Vermittler steigt
- Anzahl der selbstständigen Vermittler sinkt
- Dynamik bei M&As im Vermittlermarkt hoch
- Verfügbarkeit von persönlichen Versicherungsvermittlern nimmt weiter ab



54,2

Durchschnittsalter der Vermittler¹

-1,76 %

Weniger selbstständige Vermittler pro Jahr²

68

Bedeutsame Unternehmenskäufe bei Maklern in
2025³

1) Quelle: GDV 2026
2) Quelle: DIHK 2026
3) Quelle: OliverWyman 2025



Steigende regulatorische Anforderungen stellen den Vermittlermarkt vor Herausforderungen

Regulatorik

- Steigende regulatorische Anforderungen erhöhen den Druck auf den Vermittlermarkt
- Zeit- und Kostenaufwände für Compliance, IT, Schulung sowie Dokumentation steigen stark
- Regulierung beschleunigt die ohnehin laufende Marktkonsolidierung

64,4%

Der Jungmakler sehen in steigenden regulatorischen Anforderungen bis 2030 die größte Herausforderung¹

6-10 h

Wenden ein Großteil aller Versicherungsvermittler pro Woche für die Umsetzung von regulatorischen Vorgaben auf²

1) Quelle: Jungmaklermarkt 2025 | Jungmakler = Alter 18 bis 45 Jahre

2) Quelle: Bundesarbeitsgemeinschaft zur Förderung der Versicherungsmakler (BFV) 2025



Künstliche Intelligenz beeinflusst bereits heute den Vertriebswegemix und hat flächendeckend an Akzeptanz gewonnen



GenAI

Die KI sagt dir, **welche Reise** die beste für dich wäre.



AgenticAI

Du gibst der KI den **Auftrag**, eine Reise für dich zu **organisieren**.



AutonomousAI

Die KI **schickt dich auf Reisen**, bevor du weißt, dass du sie brauchst.

Auch wenn sich die technologischen Entwicklungen noch in den Anfängen befinden, müssen wir als Versicherer **bereits jetzt die Weichen für die Zukunft stellen**.



Vertriebswegemix der Zukunft



Vielfalt schafft Stabilität – Bereits frühzeitig mit dem Ausbau alternativer Vertriebswege beginnen

Monokanalvertrieb



Marktfaktoren schwächen die Wettbewerbsfähigkeit des Monokanalvertriebs

Omnikanalvertrieb



Vernetzung der Datenlandschaft als zentraler Schlüssel eines ausgewogenen Vertriebswegemix



**Vernetzung der Vertriebswege mithilfe
zentraler Datenbasis**



CRM-Capabilities und standardisierte Schnittstellen als zentrales Rückgrat für einen diversifizierten Vertriebswegemix



Aktive Steuerung der Vertriebswege durch **360 Grad Sicht**

Etablierung und Nutzung **standardisierter Daten-APIs**
(*FiDA-Readiness*)



Künstliche Intelligenz als Beschleuniger im Vertriebswegemix



Künstliche Intelligenz zur Hebung von
**Vertriebs-, Automatisierungs- und
Beschleunigungspotenzialen**



Heute schon die Fähigkeiten für einen diversifizierten Vertriebswegemix von Morgen aufbauen

Vollumfängliche Umsetzung der Omnikanalstrategie



Vernetzte Vertriebswege und Datenflüsse

360 Grad Kunden- und Interaktionssicht (CRM)

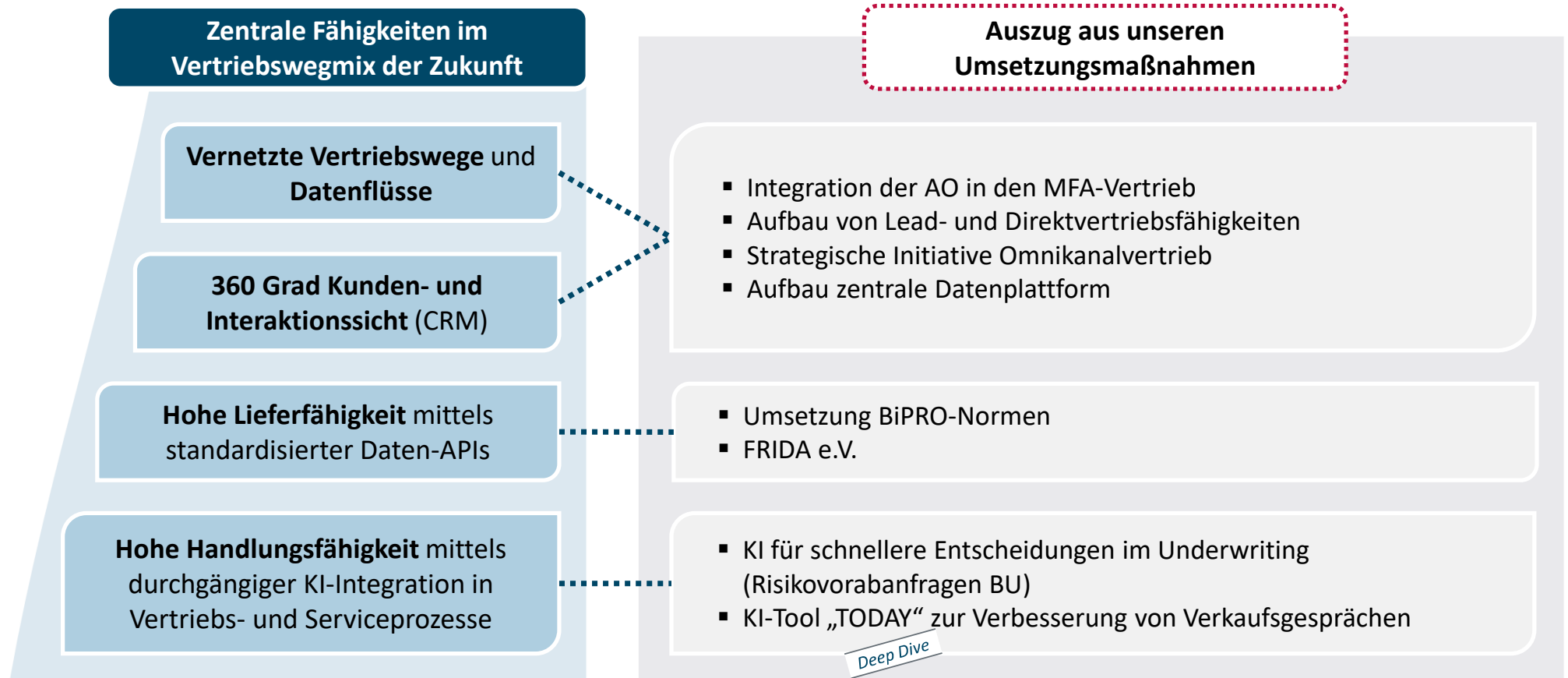
Hohe Lieferfähigkeit mittels standardisierter Daten-APIs

Hohe Handlungsfähigkeit mittels durchgängiger KI-Integration in Vertriebs- und Serviceprozesse

Welche konkreten Maßnahmen ergreift die ALH Gruppe für den Auf- und Ausbau dieser Fähigkeiten?



Wie wir als ALH Gruppe jetzt die Weichen für die Zukunft stellen



Deep Dive TODAY 1/2: KI-Lösung zur Verbesserung von Verkaufsgesprächen

Mehrwerte

Steigerung der Kundenzufriedenheit durch Coachingimpulse, Datenextraktion und Protokolle

- KI-Lösung zur Optimierung von Verkaufsgesprächen
- Läuft im Beratungstermin unauffällig im Hintergrund (smartes Aufnahme-Tool)
- Erstellt Transkript und komprimierte Gesprächszusammenfassung
- Leitet konkrete Optimierungspotenziale/ Coaching-Impulse ab
- Übersichtliche Auswertung, kategorisiert und strukturiert
- Bis zu 80 automatisch erfasste Datenpunkte pro Termin

The image displays the TODAY AI coaching interface. The main window shows a consultation summary for 'Floyd Miles - Altersvorsorge' on 15.05.2023, lasting 44:15 minutes. It includes a 'Coaching' section with metrics: Redeanteil (AUSGEWOGEN: 53%), Aktives Zuhören (SEHR GUT), Unterbrechungen (8), Einwandbehandlung (HERVORRAGEND), and Gesprächstempo (LEBHAFT). Below this, there are three tips for improvement, such as taking more time for objections and using storytelling. In the foreground, a smartphone shows a recording interface with a timer at 0:01. To the right, a transcript window shows a conversation between Michael and James, with a 'Transkript kopieren' button and a 'Zusammenfassen' button at the bottom.



**Der Kunde wählt den Kanal.
Wir sind dort, wo er ist – entlang der
gesamten Customer Journey.**



Rechtliche Hinweise

Gerne überlassen wir Ihnen diese Präsentation zu Informationszwecken. Bitte beachten Sie aber, dass die darin enthaltenen Informationen allgemeiner Natur sind und eine Beratung im konkreten Einzelfall nicht ersetzen können.

Diese Unterlage haben wir nach bestem Wissen erstellt und die Inhalte sorgfältig erarbeitet. Gleichwohl kann man Fehler nie ganz ausschließen. Bitte haben Sie deshalb Verständnis dafür, dass wir keine Garantie und Haftung für die Aktualität, Richtigkeit und Vollständigkeit übernehmen. Infolgedessen haften wir nicht für direkte, indirekte, zufällige oder besondere Schäden, die Ihnen oder Dritten entstehen. Der Haftungsausschluss gilt nicht für vorsätzliches oder grob fahrlässiges Handeln oder bei Nichtvorhandensein zugesicherter Eigenschaften.

In die Zukunft gerichtete Aussagen sind naturgemäß mit Ungewissheiten verbunden. Deshalb können die tatsächlichen Ergebnisse von diesen abweichen. Eine Verpflichtung zur Aktualisierung von Zukunftsaussagen wird nicht übernommen.

Bei Kapitalanlage-Produkten gilt zusätzlich: Die Präsentation stellt keine Anlageberatung dar und sollte auch nicht als Grundlage für eine Anlageentscheidung dienen. Aus den gegebenenfalls dargestellten Wertentwicklungen der Vergangenheit können keine Rückschlüsse auf zukünftige Wertsteigerungen gezogen werden.

Unsere Marken und Logos sind international markenrechtlich geschützt. Es ist nicht gestattet, diese Marken und Logos ohne unsere vorherige schriftliche Zustimmung zu nutzen.

Inhalt, Darstellung und Struktur dieser Unterlage sind urheberrechtlich geschützt und eine Nutzung, Verwendung, Reproduktion oder Weitergabe an Dritte – ganz oder teilweise – ist nur mit unserer ausdrücklichen vorherigen schriftlichen Zustimmung zulässig. Alle Rechte sind vorbehalten.

© ALH Gruppe

