

Einfluss der Wettbewerbsstruktur auf den Erfolg deutscher Versicherungsvermittler¹

Matthias Beenken² Bernhard Brühl³ Sabine Wende⁴

Zusammenfassung: Selbstständige Versicherungsvermittler haben eine außerordentlich hohe Bedeutung für die Versicherungsbranche, da sie über 90% des Versicherungsgeschäfts vermitteln und die Kunden betreuen. Über die Wettbewerbsstruktur dieses Teilmarktes ist dennoch wenig bekannt. Im vorliegenden Beitrag wird die Wettbewerbsstruktur auf dem deutschen Versicherungsvermittlungsmarkt erstmals umfassend untersucht. Diese Studie betrachtet den Versicherungsvermittlungsmarkt als eigenständigen Markt und deren Akteure nicht nur als reine Absatzorgane von Versicherungsunternehmen. Basierend auf Porters Branchenstrukturmodell wurden Versicherungsvermittler zu ihrer Einschätzung des Wettbewerbs innerhalb des Versicherungsvermittlungsmarktes und zu ihrem Umsatz befragt. Mittels eines Regressionsmodells wird der Zusammenhang zwischen Branchenstruktur und Umsatz analysiert. Die Ergebnisse belegen, dass die Wettbewerbsstruktur einen deutlichen Einfluss auf den Umsatzerfolg der Versicherungsvermittler besitzt.

¹ Die Autoren danken Prof. Dr. D. Farny, Prof. Dr. H.R. Schradin, den Teilnehmern der Jahrestagung des Deutschen Vereines für Versicherungswissenschaft (DVfVW) 2010 sowie dem unbekanntem Gutachter für hilfreiche Anmerkungen und Anregungen zu diesem Artikel.

² Prof. Dr. *Matthias Beenken*, Fachhochschule Dortmund, Fachbereich Wirtschaft, Emil-Figge-Str. 44, 44227 Dortmund, Email: matthias.beenken@fh-dortmund.de.

³ Dipl.-Wirt.Math. *Bernhard Brühl*, Universität zu Köln, Seminar für ABWL, Risikomanagement und Versicherungslehre, Kerpener Str. 30, 50937 Köln. Email: bernhard.bruehl@uni-koeln.de.

⁴ Dr. *Sabine Wende*, Universität zu Köln, Seminar für ABWL, Risikomanagement und Versicherungslehre, Kerpener Str. 30, 50937 Köln. Email: sabine.wende@uni-koeln.de.

The Effect of Market Structure on Performance of German Insurance Agents

Summary: Insurance agents (including independent insurance brokers) have an extraordinarily high importance for the German insurance industry since they mediate over 90% of insurance companies sales volume and provide additional services for customers and policyholders. Nevertheless little is known about the market structure within the insurance agents' market. Insurance agents are mostly known as a distribution entity of insurance companies. Therefore only limited research has focused on the market of German insurance agents as an independent market. The following article focuses on the market structure of the German insurance agents market which is comprehensively examined for the first time. This study considers the insurance agent market as an independent market and their participants not only as pure distribution entities of insurance companies. Based on Porters Five Forces of Competition Framework exclusive insurance agents and independent insurance brokers were asked to evaluate the competition and market structure within the German insurance agents' market. We examine the effect of Porters Five Forces on agents' performance to measure the relation between market structure and performance. The results show that the market structure has a strong influence on total revenues of insurance agents. We find different results for exclusive agents and independent brokers and show that the competitive environment and the market structure affect insurance agents' performance in different ways