

ENGAGEMENT

MEDIENKOMPETENZ

DUALES STUDIUM

ÜBERNAHME

Die Ausbildungsumfrage der Versicherungswirtschaft

12. Erhebungsjahr: Zentrale Ergebnisse
November 2015

Sehr geehrte Damen und Herren,

mit hoher gesellschaftlicher Akzeptanz und internationaler Anerkennung ist die deutsche Berufsausbildung seit vielen Jahren ein Erfolgsfaktor für unseren Wirtschaftsstandort. Gerade durch die betriebliche Praxis werden beste Voraussetzungen für einen gelungenen Start ins Berufsleben geschaffen und eine berufliche Handlungskompetenz entwickelt. Trotzdem steht die duale Ausbildung vor der Herausforderung, auch in Zukunft diese Bedeutung beizubehalten und als gleichwertige Alternative zur akademischen Ausbildung angesehen zu werden.

Auf den wachsenden Fachkräftebedarf und die gestiegenen Anforderungen in ihren Berufsfeldern reagieren die Versicherungsunternehmen mit einem zunehmenden Angebot an dualen Studiengängen. Auf diesem Wege können sie ihre zukünftigen Fach- und Führungskräfte bestens qualifizieren und an das Unternehmen binden. Es bleibt jedoch eine spannende Aufgabe, eine gute Balance zwischen beruflich und akademisch Qualifizierten zu finden. Welchen Stellenwert die akademische Ausbildung als Einstiegsqualifikation hat und in welcher Form dies unterstützt wird, können Sie auf den Seiten 6 und 7 nachlesen.

Eng verbunden mit den Anforderungen an künftige Fachkräfte ist das zweite Kernthema der Ausbildungsumfrage: der Wandel der Arbeitswelt durch die Digitalisierung und die somit erforderliche Medienkompetenz. Um die Chancen und Möglichkeiten auszuschöpfen und Risiken einzudämmen, bedarf es einer Auseinandersetzung mit allen Aspekten dieses Trends. Die wesentlichen Umfrageergebnisse zur Medienkompetenz finden Sie auf Seite 5.

An der diesjährigen Ausbildungsumfrage, die der Arbeitgeberverband (AGV) und das Berufsbildungswerk der Deutschen Versicherungswirtschaft (BWW) bereits zum 12. Mal gemeinsam durchführten, beteiligten sich insgesamt 65 Unternehmen bzw. Unternehmensgruppen mit insgesamt 179.700 Beschäftigten. Dies entspricht einem Repräsentationsgrad von rund 85 % in Bezug auf die Beschäftigtenzahl der Versicherungswirtschaft.

Mit der vorliegenden Broschüre möchten wir Ihnen einen Einblick in die zentralen Resultate der Ausbildungsumfrage 2015 sowie in die Entwicklung der Ausbildungssituation im vergangenen Jahr geben. Gleichzeitig bedanken wir uns bei unseren Mitgliedsunternehmen sehr herzlich für die Teilnahme an der Erhebung.

Ihr



Dr. Andreas Eurich

Vorstandsvorsitzender des Arbeitgeberverbands
der Versicherungsunternehmen in Deutschland (AGV) e.V.

Ihr



Dr. h.c. Josef Beutelmann

Vorstandsvorsitzender des Berufsbildungswerks der Deutschen
Versicherungswirtschaft (BWW) e.V.

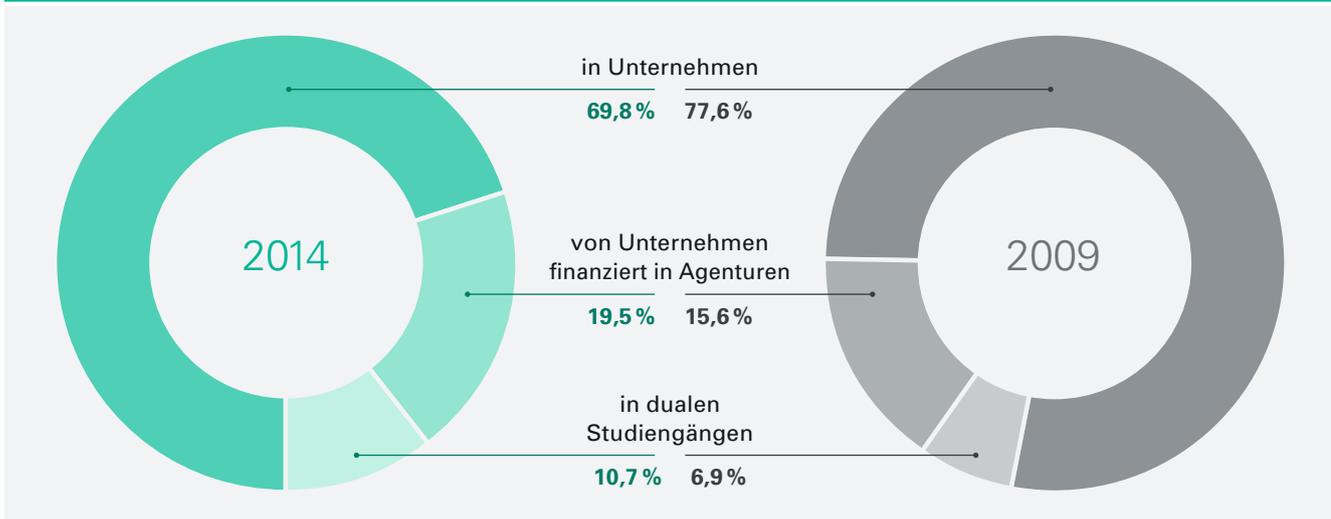
Das Ausbildungsengagement der Versicherungswirtschaft

Junge Leute auszubilden und ihnen damit eine Perspektive zu bieten, nimmt in der Versicherungswirtschaft einen hohen Stellenwert ein. Das Ausbildungsengagement¹ der Versicherungsbranche befindet sich seit Jahren auf einem sehr hohen Niveau. Denn Fachkräfte selbst auszubilden ist immer noch die beste Strategie, um den Herausforderungen des demografischen Wandels zu begegnen. Im Jahr 2014 lag die Ausbildungsquote bei insgesamt 7,4%². In dieser Quote berücksichtigt werden neben den Ausbildungsplätzen in den Versicherungsunternehmen auch die Ausbildungsplätze, die von den Versicherungsunternehmen in Agenturen finanziert werden sowie die dual Studierenden. Rund 86% aller Ausbildungsplätze im Unternehmen werden durch das Berufsbild Kaufmann/-frau für Versicherungen und Finanzen belegt.

Von allen Ausbildungswegen entfielen im Jahr 2014 fast 70% auf die Berufsausbildung im Unternehmen. Ferner wurden von den Versicherungsunternehmen 19,5% der Ausbildungsplätze in Agenturen finanziert. 10,7% aller Auszubildenden³ waren Teilnehmer an dualen Studiengängen. Fünf Jahre zuvor – also im Jahr 2009 – entfielen noch 77,6% aller Ausbildungswege auf die „klassische“ Ausbildung im Versicherungsunternehmen, 15,6% auf von den Unternehmen finanzierte Ausbildungsplätze in Agenturen und 6,9% auf duale Studiengänge. Dies verdeutlicht, dass innerhalb der Branche zwar weiterhin vor allem in den Unternehmen selbst ausgebildet wird, der Anteil der von den Unternehmen finanzierten Ausbildungsplätze in Agenturen sowie der Studenten der dualen Studiengänge jedoch zugenommen hat.

- 1 Die in der Broschüre ausgewiesenen Zahlen spiegeln das Ausbildungsengagement der antwortenden Unternehmen wider.
- 2 Aufgrund der unterschiedlichen Grundgesamtheit unterscheidet sich diese Zahl von der in den Sozialstatistischen Daten veröffentlichten Ausbildungsquote.
- 3 Zur besseren Lesbarkeit haben wir weitgehend auf geschlechtsspezifische Doppelnennungen verzichtet.

Ausbildungswege





ENGAGEMENT

MEDIENKOMPETENZ

DUALES STUDIUM

ÜBERNAHME

Medienkompetenz in der Ausbildung gewinnt weiterhin an Bedeutung

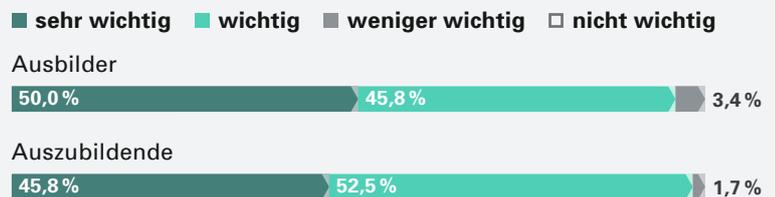
Das digitale Zeitalter ist durch eine Verflechtung der beruflichen Handlungskompetenz mit moderner Technik gekennzeichnet. Berufsbilder, in denen eine hohe Medienkompetenz gefordert wird, sind für die Schulabsolventen attraktiver denn je. In der Arbeit mit heutigen Auszubildenden, den „Digital Natives“, bedarf es vor allem kompetenter Ausbilder. Sie müssen den bewussten Umgang mit digitalen Medien fördern und gleichzeitig über die potenziellen Gefahren aufklären.

Nahezu alle Unternehmen schätzen daher die künftige Bedeutung der Medienkompetenz für die Ausbildungsbeteiligten als „wichtig“ oder „sehr wichtig“ ein.

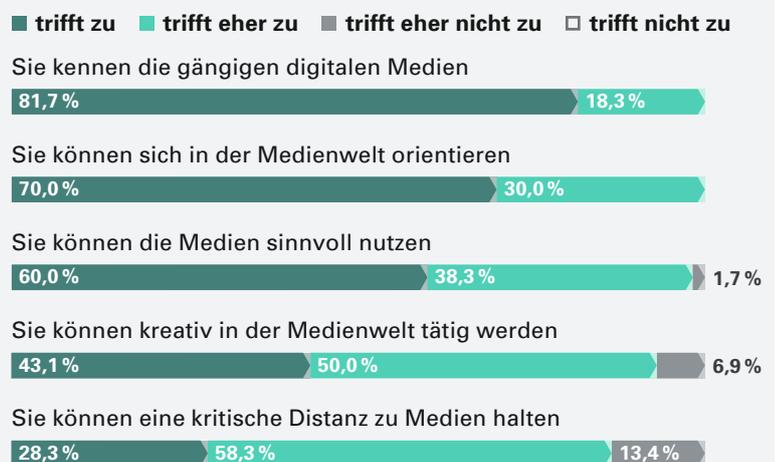
Die Medienkompetenz von Ausbildungsbeteiligten wird vom Großteil der Unternehmen gezielt gefördert, meist im betrieblichen Alltag oder in Seminaren, Schulungen und Workshops. Diese Bemühungen zahlen sich zum Ausbildungsende aus: So kennen nahezu alle fertig Ausgebildeten die gängigen digitalen Medien (81,7%) und können sich in der Medienwelt orientieren (70%). Bei der sinnvollen Nutzung der Medien wird im Vergleich vom Ausbildungsbeginn (25%) zum Ausbildungsende (60%) sogar der größte Kompetenzzuwachs erzielt. Lediglich beim Thema „eine kritische Distanz halten“ ist wenig Weiterentwicklung zu verzeichnen, nur 28,3% haben diese Kompetenz erlangt.

Die Gefahren erhöhten Medienkonsums wie Stress, ständige Erreichbarkeit und Suchtgefahr wird von mehr als der Hälfte der Unternehmen (51,7%) thematisiert. Zur Vorbeugung werden beispielsweise Online-Schulungen durchgeführt oder Gesundheits- und Suchtpräventionsseminare veranstaltet, diese teilweise mit externer Unterstützung.

Wie schätzen Sie die künftige Bedeutung von Medienkompetenz für Ausbilder und Auszubildende ein?



Über welche Fähigkeiten verfügen die Auszubildenden bei Ausbildungsende?



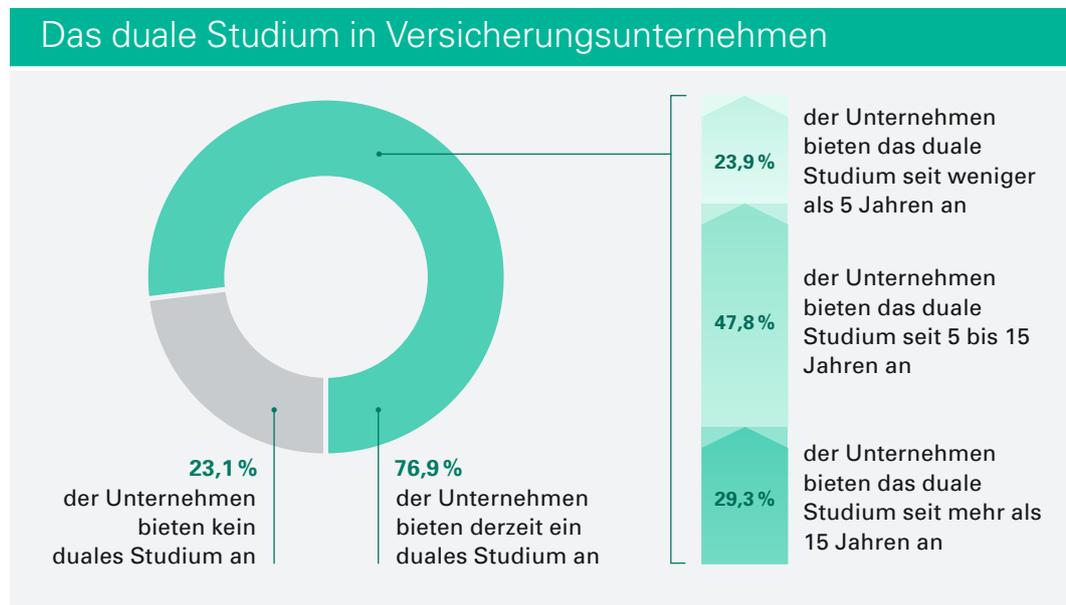
Studium oder duale Berufsausbildung? Am besten beides

In den letzten Jahrzehnten ist der Trend zu höheren Schulabschlüssen und einer gestiegenen Bereitschaft zu studieren zu beobachten. Diese Tendenzen finden sich auch in der Versicherungswirtschaft, insbesondere in Form der dualen Studiengänge. In den letzten fünf Jahren ist dieses Studienangebot um 23,9% auf 76,9% gestiegen. Dabei haben sich 71,4% der anbietenden Unternehmen für das praxisintegrierte beziehungsweise auch 61,2% für das ausbildungsintegrierte Studienmodell (Studienabschluss und Berufsausbildungsabschluss mit IHK-Prüfung) entschieden.

Die Möglichkeit theoretisches Studienwissen in der Praxis anwenden zu können, ist das wesentliche Argument für diese Form des Berufseinstiegs. Sie bietet sowohl Studierenden als auch Unternehmen einen erheblichen Mehrwert. Die Studierenden bauen ihre Kompetenzen zielführend aus und die Unterneh-

men sichern sich frühzeitig qualifizierte und praxiserfahrene Mitarbeiter (93,8%). Weitere wichtige Gründe, die die Unternehmen nennen, sind die Steigerung der Arbeitgeberattraktivität (91,7%) sowie ein verringertes Fluktuationsrisiko der Studierenden (58,3%), da sich diese stark mit ihrem Unternehmen identifizieren. Kosteneinsparungen für die Personalgewinnung (45,8%) und Synergieeffekte durch die Kooperation mit den Hochschulen (27,1%) erwarten vergleichsweise weniger Unternehmen.

Unternehmen, die keine dualen Studiengänge anbieten, nennen als Grund hierfür, dass sie derzeit keine attraktiven Beschäftigungsperspektiven für die Absolventen anbieten können.



ENGAGEMENT

MEDIENKOMPETENZ

DUALES STUDIUM

ÜBERNAHME

Die Felder, in denen duale Studienabsolventen eingesetzt werden, sind breit gestreut. Entscheidend sind dafür der individuelle Praxiseinsatz und die genaue Studienausrichtung.

Ein Masterstudium ist eine Möglichkeit, Mitarbeiter mit entsprechend hohem Potenzial gezielt zu fördern und auf entsprechende Positionen,

meist im mittleren oder höheren Management, vorzubereiten. Dieses berufsbegleitend anzubieten, ergänzt die vorhandenen Instrumente der Personalentwicklung und die lebensphasenorientierte Personalpolitik einschließlich eines modernen Leistungsmanagements.

Das Engagement der Versicherungsunternehmen endet nur selten mit Abschluss des Bachelorstudiums, denn 72,4% der Unternehmen unterstützen ihre Mitarbeiter auch bei einem Masterstudium. Die Mitarbeiter profitieren von einer anteiligen (82,4%) oder vollständigen (17,6%) Freistellung von der Arbeit und von einer anteiligen (70,4%) oder vollständigen (47,1%) Übernahme der Gebühren. Weit über die Hälfte der Versicherungsunternehmen (57,6%), die sich anteilig an den Studiengebühren beteiligen oder diese gänzlich übernehmen, treffen dazu Rückzahlungsvereinbarungen.

In welchen Unternehmensbereichen wurden die Absolventen übernommen?⁴



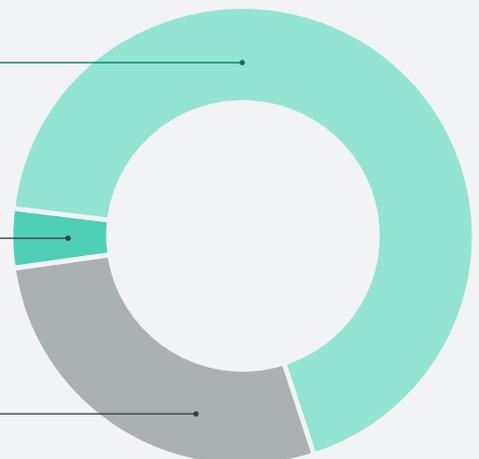
⁴ Mehrfachnennung möglich

Fördert Ihr Unternehmen ein Masterstudium für die Absolventen eines dualen Studiums?

Ja, berufsbegleitend
68,1 %

Ja, in Vollzeit
4,3 %

Nein
27,7 %



Fast alle Auszubildenden bestehen ihre Prüfungen

Annähernd alle Auszubildenden, die 2014 die Prüfungen der IHK antraten, bestanden ihre Abschlussprüfung (99,3%). Der Großteil dieses Prüfungsturnus wurde von den Versicherungsunternehmen in den Innen- oder Außendienst übernommen (66,0%). Fast 50% der Übernommenen erhielten einen unbefristeten Arbeitsvertrag, die andere Hälfte ein befristetes Arbeitsverhältnis. Rund 34% der fertig Ausgebildeten haben das Unternehmen 2014 verlassen, davon haben 25% ein Studium begonnen. Fast 28% wechselten in den selbstständigen Außendienst nach § 84 HGB und sind damit ihrem „Ausbildungsbetrieb“ noch immer fest verbunden.

Erhält ein Bewerber einen Ausbildungsplatz in der Branche, so tritt er diesen in fast 72% der Fälle auch an. Allerdings werden 9,6% aller Ausbildungsverhältnisse vorzeitig abgebrochen, rund 68% noch während der Probezeit. Gründe für die nicht angetretenen oder abgebrochenen Ausbildungsverhältnisse sind nach Angaben der Unternehmen neben der fehlenden Eignung, die Aufnahme einer Ausbildung in einer anderen Branche sowie private Gründe der Auszubildenden. Rund 45% der Unternehmen haben weder mit nicht angetretenen Ausbildungsverhältnissen noch mit Abbrüchen zu kämpfen.

Im Jahr 2014 konnten insgesamt 5,2% der Ausbildungsplätze nicht besetzt werden. Als wichtigsten Grund hierfür nannten die Unternehmen die unzureichende Qualität der Bewerber. Häufig seien Nachbesetzungen allerdings auch nicht mehr möglich, wenn ein geplanter Auszubildender kurzfristig abspringt. Eher seltene Gründe für nicht besetzte Ausbildungsplätze sind hingegen die unzureichende Qualität von Bewerbungsunterlagen oder das Nichtbestehen notwendiger Schulabschlüsse.

Weiterbeschäftigung übernommener Auszubildender

Innendienst unbefristet

25,2%

Innendienst befristet

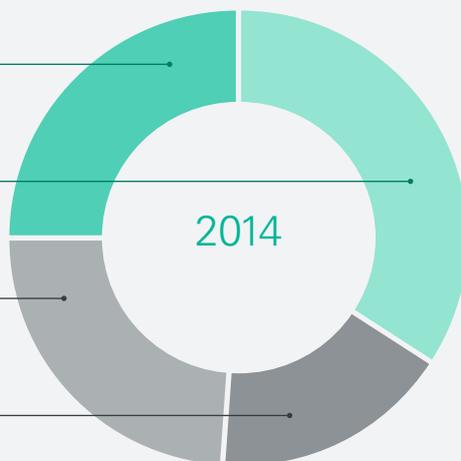
34,4%

Außendienst unbefristet

24,3%

Außendienst befristet

17,0%





Der Arbeitgeberverband der Versicherungsunternehmen in Deutschland (AGV) ist die sozialpolitische Spitzenorganisation der deutschen Versicherungswirtschaft. Er führt u. a. bundesweit die Tarifverhandlungen mit den Gewerkschaften (ver.di, DHV und DBV) für die rund 211.000 Beschäftigten der Branche. In den Tarifverträgen werden die Arbeitsbedingungen aller Angestellten im Innen- und Außendienst sowie der Auszubildenden geregelt.

Nahezu alle deutschen bzw. in Deutschland tätigen Versicherungsgesellschaften mit nennenswerter Zahl an Beschäftigten sind Mitglieder des AGV. Neben der Beratung der Mitgliedsunternehmen in arbeits-, sozial-

und lohnsteuerrechtlichen Fragen von grundsätzlicher Bedeutung führt der Verband jährlich verschiedene Umfragen durch.

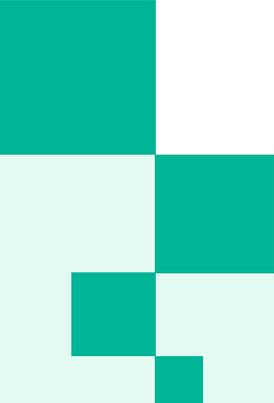
Die Ergebnisse dieser Umfragen stellt der AGV den Mitgliedsunternehmen für Benchmarks zur Verfügung. Ferner werden ausgewählte Ergebnisse auch der interessierten Öffentlichkeit zugänglich gemacht.



Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zukunftsorientiert und auf höchstem Niveau aus- und weiterzubilden, gehört zum Selbstverständnis der deutschen Versicherungswirtschaft. Der Wirtschaftszweig hat mit dem BWV Bildungsverband eine Institution geschaffen, die seit über 65 Jahren die Versicherungsbranche und deren Mitarbeiter in allen Fragen der Berufsbildung vertritt, begleitet und berät.

Der BWV Bildungsverband unterstützt seine Mitgliedsunternehmen und alle an der Personalarbeit Beteiligten ganzheitlich: von der frühzeitigen Analyse und Bewertung von PE-Trends bis zur Gestaltung und Sicherung eines konsistent aufeinander abgestimmten Bildungssystems.

Mit seinen Partnern im Bildungsnetzwerk Versicherungswirtschaft, den 30 BWV Regional und der Deutschen Versicherungsakademie (DVA), ist die Umsetzung dieses Bildungssystems in kostengünstige und qualitativ hochwertige Aus- und Weiterbildungsangebote gesichert.



Teilnehmerliste

AachenMünchener Versicherungen
Allianz Deutschland Konzern
ALTE LEIPZIGER Versicherungen
Aon Versicherungsmakler Deutschland GmbH
AXA Konzern AG
Barmenia Versicherungen
Bayerische Beamten Versicherungen
BGV Badische Gemeindeversicherungen
CENTRAL KRANKENVERSICHERUNG AG
CONCORDIA-Cordial Versicherungsgruppe
Continental Versicherungsverband
Debeka Versicherungsgruppe
DEURAG Deutsche Rechtsschutz-
Versicherung AG
Deutsche Rückversicherung AG
Verband öffentlicher Versicherer
DEVK Versicherungen
Dialog Lebensversicherungs-AG
ERGO Direkt Versicherungen
ERGO Versicherungsgruppe
EUROPÄISCHE Reiseversicherung AG
Fahrlehrerversicherung VaG
Generali Versicherungen
Gothaer Versicherungen
GVV-Kommunal Versicherung VVaG
Haftpflichtgemeinschaft Deutscher
Nahverkehrs- und Versorgungsunternehmen
Allgemein (HDNA) VVaG
Haftpflichtkasse Darmstadt
HALLESCHE Krankenversicherung a.G.
HanseMercur Versicherungsgruppe
HUK-COBURG Versicherungsgruppe
INTER Versicherungen
InterRisk Versicherungen
Landeskrankenhilfe V.V.a.G.
Landesschadenhilfe Versicherung VVaG
Lebensversicherung von 1871 a.G. München
Lippische Landes-Brandversicherungsanstalt
LVM Versicherungen
Mannheimer Versicherungen
Mecklenburgische Versicherungsgruppe
MÜNCHENER VEREIN Versicherungsgruppe
NÜRNBERGER Versicherungsgruppe
Öffentliche Feuerversicherung Sachsen-Anhalt
Öffentliche Versicherungen Braunschweig
Öffentliche Versicherung Bremen
OKV – Ostdeutsche
Kommunalversicherung a.G.
PENSIONS-SICHERUNGS-VEREIN VVaG
RheinLand Versicherungs AG
ROLAND Rechtsschutz-Versicherungs-AG
R+V Versicherungsgruppe
SCHWARZMEER UND OSTSEE Versicherungs-
Aktiengesellschaft SOVAG
Signal Iduna Gruppe
Sparkassen-Versicherungen Sachsen
Stuttgarter Lebensversicherung a.G.
Süddeutsche Krankenversicherung a.G.
SV Sparkassenversicherung Holding AG
Swiss Life AG Niederlassung für Deutschland
Talanx-Konzern
Tokio Marine Europe Insurance Limited
Uelzener Allgemeine Versicherungs-
Gesellschaft a.G.
uniVersa Versicherungen
Vereinigte Hagelversicherung VVaG
Versicherungskammer Bayern
VGH Versicherungen
VHV Gruppe
Württembergische Gemeinde-
Versicherung a.G.
Württembergische Versicherungsgruppe
WWK Versicherungen



Arbeitgeberverband der
Versicherungsunternehmen
in Deutschland

Arabellastraße 29
81925 München
Telefon 089 922001-0
Telefax 089 922001-51
agvvers@agv-vers.de
www.agv-vers.de



Berufsbildungswerk
der Deutschen Versicherungswirtschaft
(BWV) e. V.

Arabellastraße 29
81925 München
Telefon 089 922001-848
Telefax 089 922001-844
info-bb@bwv.de
www.bwv.de