



FORMEN

TEILNAHME

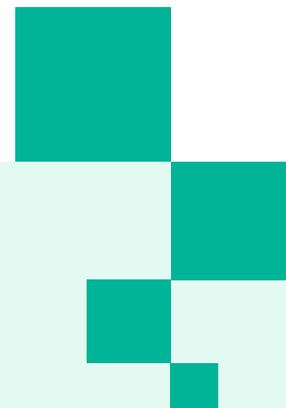
MOTIVE & KULTUR

KOSTEN

# Die Weiterbildungsumfrage der Versicherungswirtschaft

Zentrale Ergebnisse der IW-Sonderauswertung  
Dezember 2014





## Sehr geehrte Damen und Herren,

im nunmehr sechsten Durchgang unserer Weiterbildungsumfrage sind wir neue Wege gegangen: Um die Weiterbildungssituation der Versicherungswirtschaft im Vergleich zu anderen Branchen und zur Gesamtwirtschaft abbilden zu können, arbeiteten der Arbeitgeberverband der Versicherungsunternehmen in Deutschland (AGV) und das Berufsbildungswerk der Deutschen Versicherungswirtschaft (BWV) mit dem Institut der deutschen Wirtschaft (IW) Köln zusammen. Dieses führt alle drei Jahre, so auch 2014, eine branchenübergreifende Weiterbildungserhebung durch, bei der nun erstmalig eine Sonderauswertung für die Versicherungswirtschaft erstellt wurde.

Das Ergebnis ist sehr erfreulich. Der Vergleich über die Branchen hinweg belegt, dass wir als attraktiver Arbeitgeber mit einem überdurchschnittlichen Weiterbildungsengagement punkten. Im Gegensatz zu den anderen Branchen waren alle umfragebeteiligten Versicherungsunternehmen weiterbildungsaktiv und boten Qualifizierungsmöglichkeiten an. Dieses Angebot wurde angenommen, denn jeder Mitarbeiter bildete sich 2013 im Durchschnitt 58 Stunden weiter. Das sind 15% mehr als in der Kategorie der unternehmensnahen Dienstleister, zu denen die Versicherungswirtschaft zählt, und sogar 77% mehr als in der Gesamtwirtschaft.

Auch die Investitionen der Assekuranz in die Weiterbildung ihrer Angestellten liegt mit 1.981 Euro pro Mitarbeiter im Jahr 2013 über dem Durchschnitt. Hochgerechnet auf alle Beschäftigten im Innendienst bedeutet dies eine Weiterbildungsinvestition von 343 Mio. Euro. Eine stolze Summe, die mit einem hohen Professionalisierungsgrad im Bereich der betrieblichen Weiterbildung einhergeht. Dieser zeigt sich auch daran, dass sich in Versicherungsunternehmen häufiger eine gelebte Weiterbildungskultur findet als in der Gesamtwirtschaft.

In der vorliegenden Broschüre stellen wir Ihnen die zentralen Ergebnisse der Erhebung vor. An der Umfrage beteiligten sich 66 Unternehmen bzw. Unternehmensgruppen unserer Branche, die rund 163.000 Mitarbeiter im Innendienst (inklusive Auszubildende) beschäftigen. Dies entspricht einem Repräsentationsgrad von 94% in Bezug auf die Arbeitnehmer im Innendienst.

Wir hoffen, Ihnen hiermit aufschlussreiche Einblicke in die Weiterbildungssituation unserer Branche sowie interessante Vergleichswerte zu anderen Wirtschaftszweigen geben zu können. Gleichzeitig bedanken wir uns bei unseren Mitgliedsunternehmen sehr herzlich für die Teilnahme an der Erhebung.

Ihr

**Dr. h.c. Josef Beutelmann**

Vorstandsvorsitzender des Arbeitgeberverbands der Versicherungsunternehmen in Deutschland (AGV)

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

## Lernen auf vielen Wegen

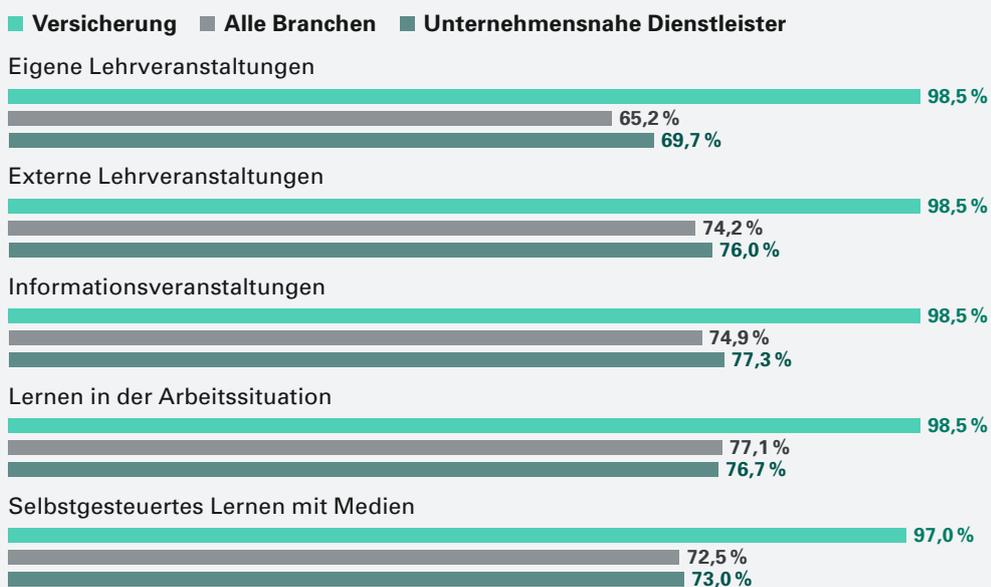
Alle Versicherungsunternehmen<sup>1</sup> engagieren sich in der betrieblichen Weiterbildung. Damit liegt die Weiterbildungsbeteiligung der Versicherungswirtschaft 2013 deutlich über der gesamtwirtschaftlichen Beteiligung von 86 % und ist auch höher als die Beteiligung der unternehmensnahen Dienstleister<sup>2</sup> (87,9 %), zu denen die Versicherer zählen. Die Erhebung berücksichtigt die gesamte Bandbreite der Weiterbildungsformen, die komplett oder teilweise vom Unternehmen finanziert werden, unter anderem auch durch Freistellung.

In der Assekuranz setzen die Unternehmen auf einen breiten Mix: Sie nutzen sowohl formelle Weiterbildung wie Lehrgänge oder Kurse als

auch informelle Formen wie Informationsveranstaltungen, Unterweisungen am Arbeitsplatz oder computergestütztes Lernen.

Gelernt wird in der Versicherungswirtschaft auf vielfältige Weise. Beim Lernen in der Arbeitssituation kommen beispielsweise neben den fast überall praktizierten Schulungen und Unterweisungen durch Kollegen und Vorgesetzte (98,5 %) auch Mentoring und Coaching in großem Umfang zum Einsatz (81,8 %). Job Rotation (39,4 %) und Auslandsaufenthalte (30,3 %) werden im Vergleich zur Gesamtwirtschaft und den unternehmensnahen Dienstleistern ebenfalls häufiger genutzt.

### Formen der betrieblichen Weiterbildung



<sup>1</sup> Die in der Broschüre ausgewiesenen Zahlen beziehen sich auf 2013 und bilden das Weiterbildungsengagement der Versicherungsunternehmen ab, die an der Umfrage teilgenommen haben. Die Daten für andere Branchen und die Gesamtwirtschaft sind auf alle Unternehmen hochgerechnet.

<sup>2</sup> Zu den unternehmensnahen Dienstleistern zählen Großhandel, Verkehr, Kommunikation, Banken, Versicherungen und Finanzdienstleistungen, Steuer- und Unternehmensberatung, Werbung, Architekten, Forschung und Entwicklung u. ä.



FORMEN

TEILNAHME

MOTIVE & KULTUR

KOSTEN

## Versicherungsunternehmen setzen auf eigene Lehrveranstaltungen

### Teilnahmestunden je Mitarbeiter<sup>3</sup>

	Versicherung	Alle Branchen	Unternehmensnahe Dienstleister
Eigene Lehrveranstaltungen	35,3	14,4	21,1
Externe Lehrveranstaltungen	12,8	12,2	19,1
Informationsveranstaltungen	10,0	6,2	10,4
<b>Summe Veranstaltungen</b>	<b>58,1</b>	<b>32,7</b>	<b>50,7</b>

<sup>3</sup> In allen Unternehmen (weiterbildungsaktive und nicht-weiterbildungsaktive)

Die Versicherungswirtschaft verfügt nicht nur über einen hohen Anteil weiterbildungsaktiver Unternehmen, sondern investiert darüber hinaus auch viel Zeit in Weiterbildung. Durchschnittlich bildete sich 2013 jeder Mitarbeiter 58,1 Stunden weiter – rund 25 Stunden mehr als im gesamtwirtschaftlichen Durchschnitt und rund 7 Stunden mehr als die unternehmensnahen Dienstleister.

Auffallend ist, dass die Unternehmen der Versicherungswirtschaft über die Hälfte des Stundenumfanges für eigene Lehrveranstaltungen nutzen (35,3 Stunden). Im Vergleich zur Gesamtwirtschaft investieren sie verhältnismäßig weniger in externe Lehrveranstaltungen – was einen höheren Professionalisierungsgrad und besser ausgestattete Personalabteilungen vermuten lässt.

In der Assekuranz wurden im Jahr 2013 je 100 Mitarbeiter gut 88 Veranstaltungen angeboten. Eigene und externe Lehrveranstaltungen halten sich dabei nahezu die Waage. Versicherungsunternehmen schneiden bei allen Veranstaltungsformen besser ab als die Gesamtwirtschaft. In der Summe der Veranstaltungen liegen die Versicherungsunternehmen leicht unterhalb des Wertes der unternehmensnahen Dienstleister aber deutlich über dem der Gesamtwirtschaft.

Jeder Mitarbeiter nahm an durchschnittlich mehr als drei Veranstaltungen (3,3) teil, was sowohl über dem Durchschnitt der Gesamtwirtschaft von gut zwei als auch über dem der unternehmensnahen Dienstleister von 2,5 Veranstaltungen liegt. Der Großteil der wahrgenommenen Angebote entfällt auf eigene Lehrveranstaltungen (2,3). Diese Zahlen machen Folgendes deutlich: Die Versicherungswirtschaft bietet zwar weniger Veranstaltungen an als die unternehmensnahen Dienstleister, jedoch nutzen insgesamt mehr Mitarbeiter dieses Angebot.

## Viele gute Gründe für Weiterbildung

### Motive für betriebliche Weiterbildung<sup>4</sup>

■ **Versicherung** ■ **Alle Branchen** ■ **Unternehmensnahe DL**

#### Personalpolitische Motive

Kompetenzen der Mitarbeiter ausbauen

98,5% 88,5% 87,9%

Motivation und Arbeitszufriedenheit der Mitarbeiter erhöhen

97,0% 79,4% 76,5%

Mitarbeiterbindung stärken

93,9% 71,1% 68,0%

Attraktivität des Unternehmens für neue Mitarbeiter erhöhen und die Rekrutierung erleichtern

89,4% 54,3% 49,0%

#### Auf Unternehmenserfolg gerichtete Motive

Leistungsfähigkeit und Produktivität der Mitarbeiter steigern

98,5% 83,2% 82,6%

Zur betrieblichen Wertschöpfung und zum Geschäftserfolg beitragen

95,5% 84,4% 83,2%

Innovationsfähigkeit des Unternehmens fördern

92,4% 74,8% 70,1%

Qualifikationen der Mitarbeiter anpassen, da Einführung neuer Technologien und/oder Reorganisation von Arbeitsprozessen

77,3% 65,6% 59,3%

Die Gründe für betriebliche Weiterbildung lassen sich in zwei Hauptkategorien unterteilen: Personalpolitische Motive und Motive, die auf die Innovationskraft und den Unternehmenserfolg gerichtet sind.

Das in allen Branchen am häufigsten genannte personalpolitische Motiv ist, die Kompetenzen der eigenen Mitarbeiter auszubauen. An zweiter Stelle mit nur geringem Abstand steht in der Versicherungswirtschaft die Steigerung der Motivation und Arbeitszufriedenheit der Mitarbeiter. Insgesamt haben personalpolitische Motive für die Versicherungsunternehmen einen höheren Stellenwert als in der Gesamtwirtschaft und bei den unternehmensnahen Dienstleistern. So geben sie deutlich häufiger an, dass Weiterbildung zur Mitarbeiterbindung beiträgt, ausdrücklicher Wunsch der Mitarbeiter ist und die Attraktivität des Unternehmens erhöht.

Bei den vorrangig auf den Unternehmenserfolg ausgerichteten Motiven werden über alle Branchen hinweg die beabsichtigte Steigerung von Leistungsfähigkeit und Produktivität sowie der Beitrag zur Wertschöpfung und zum Unternehmenserfolg am häufigsten genannt. In der Versicherungswirtschaft spielt zudem die Förderung der Innovationsfähigkeit mit 92,4% eine wichtige Rolle.

Weiterbildung wird darüber hinaus als Möglichkeit genutzt, um Fachkräfteengpässen zu begegnen. 39,3% der Versicherungsunternehmen haben in den letzten drei Jahren Mitarbeiter weitergebildet, weil sie auf dem Arbeitsmarkt keine neuen Mitarbeiter mit den benötigten Kompetenzen fanden. In der Gesamtwirtschaft war der Anteil im Vergleich dazu mit 35,7% etwas niedriger.

<sup>4</sup> Anteil der weiterbildungsaktiven Unternehmen, die das Motiv nennen. Mehrfachantworten möglich



FORMEN

TEILNAHME

MOTIVE & KULTUR

KOSTEN

## Weiterbildungskultur: Lernen ist ein fester Bestandteil

Die Lern- und Weiterbildungskultur beschreibt, welchen Stellenwert das Lernen im Unternehmen hat, und zielt darauf ab, die beruflichen Kompetenzen der Beschäftigten weiterzuentwickeln. Kennzeichen, an denen sich diese Kultur festmachen lässt, sind die Verankerung der Weiterbildung im Unternehmensleitbild und in der strategischen Personalentwicklung, die systematische Erfassung des Weiterbildungsbedarfs, die fundierte Weiterbildungsplanung sowie die Beteiligung der Mitarbeiter. Gemessen an diesen Kriterien verfügt die große Mehrheit der Versicherungsunternehmen über eine ausgeprägte Lern- und Weiterbildungskultur.

Die strategische Entwicklung der Weiterbildungskultur zeigt sich an folgenden Aspekten: Bei 82,0% der Versicherungsunternehmen ist Weiterbildung im Unternehmensleitbild verankert, in 85,2% ist sie fester Bestandteil der strategischen Personalentwicklung und -planung. Eine systematische Erfassung des zukünftigen

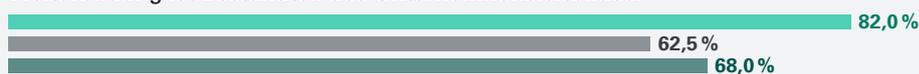
Weiterbildungsbedarfs und der daraus abzuleitenden konkreten Qualifizierungsmaßnahmen erfolgt in 62,3% der Unternehmen. Diese vergleichsweise aufwändige Maßnahme ist eher in mittleren und großen Unternehmen vorhanden.

Die enge Einbindung der Mitarbeiter ist ein wichtiger Bestandteil einer lebendigen Lern- und Weiterbildungskultur. In nahezu jedem Unternehmen der Assekuranz (98,4%) steht Weiterbildung grundsätzlich allen Beschäftigten offen. 86,9% planen die Maßnahmen für die Mitarbeiter individuell und beziehen dabei den einzelnen Mitarbeiter in die Planung mit ein. Mehr als 83% der Unternehmen informieren ihre Belegschaft regelmäßig über die Weiterbildungsmöglichkeiten und rund 72% befragen ihre Mitarbeiter zu deren individuellem Weiterbildungsbedarf. In all diesen Aspekten weist die Versicherungswirtschaft im Vergleich zur Gesamtwirtschaft und den unternehmensnahen Dienstleistern eine höhere Mitarbeiterorientierung aus.

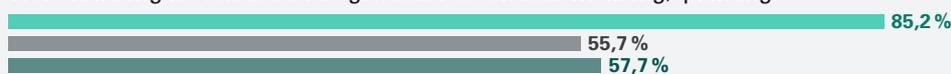
### Weiterbildungskultur<sup>5</sup>

■ Versicherung ■ Alle Branchen ■ Unternehmensnahe Dienstleister

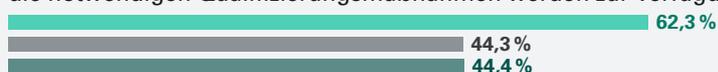
Weiterbildung ist Bestandteil des Unternehmensleitbildes.



Weiterbildung ist Teil der strategischen Personalentwicklung/-planung.



Der zukünftige Weiterbildungsbedarf wird systematisch erfasst und die notwendigen Qualifizierungsmaßnahmen werden zur Verfügung gestellt.



<sup>5</sup> Anteil der weiterbildungsaktiven Unternehmen, die der Aussage zustimmen. Mehrfachantworten möglich

## Weiterbildungsinvestitionen auf hohem Niveau

Aus Sicht der Unternehmen stellt die betriebliche Weiterbildung eine Investition in die Produktivität und Innovationskraft ihrer Mitarbeiter dar. Dafür entstehen den Unternehmen direkte Kosten in Form von Honoraren, Lehrgangs- und Teilnehmergebühren, Reise-, Verpflegungs- und Übernachtungskosten, Medien und Lernmaterialien sowie Mieten wie zum Beispiel von Seminarräumen. Der größere Teil der Kosten entsteht jedoch durch Arbeitsausfall, wenn Mitarbeiter sich während der Arbeitszeit weiterqualifizieren (indirekte Kosten).

Mit insgesamt 1.981 € je Mitarbeiter im Jahr 2013 investieren Versicherungsunternehmen rund 850 € mehr in betriebliche Weiterbildung als die Gesamtwirtschaft und rund 500 € mehr als die unternehmensnahen Dienstleister. Ein Vergleich der Weiterbildungsformen zeigt, dass die Versicherungswirtschaft im Vergleich zu den anderen Branchen ein größeres Gewicht auf die eigenen Lehrveranstaltungen legt. Darüber hinaus investiert sie einen deutlich höheren Betrag in Weiterbildungspersonal. Hier spielt eine Rolle, dass es sich bei den betrachteten Unternehmen mehrheitlich um große Unternehmen handelt. Diese verfügen in der Regel über eine eigene Personal- oder sogar Personalentwicklungsabteilung.

### Kosten der betrieblichen Weiterbildung<sup>6</sup>

- **Versicherung**
- **Alle Branchen**
- **Unternehmensnahe Dienstleister**

#### Eigene Lehrveranstaltungen



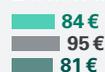
#### Externe Lehrveranstaltungen



#### Informationsveranstaltungen



#### Lernen in der Arbeitssituation



#### Selbstgesteuertes Lernen mit Medien



#### Sonstige Weiterbildungskosten



#### Weiterbildungspersonal



#### Gesamtsummen

1.981 €	Versicherung
1.132 €	Alle Branchen
1.482 €	Unternehmensnahe Dienstleister

<sup>6</sup> Kosten je Mitarbeiter ohne Auszubildende aller Unternehmen (weiterbildungsaktive und nicht-weiterbildungsaktive Unternehmen)



FORMEN

TEILNAHME

MOTIVE & KULTUR

KOSTEN

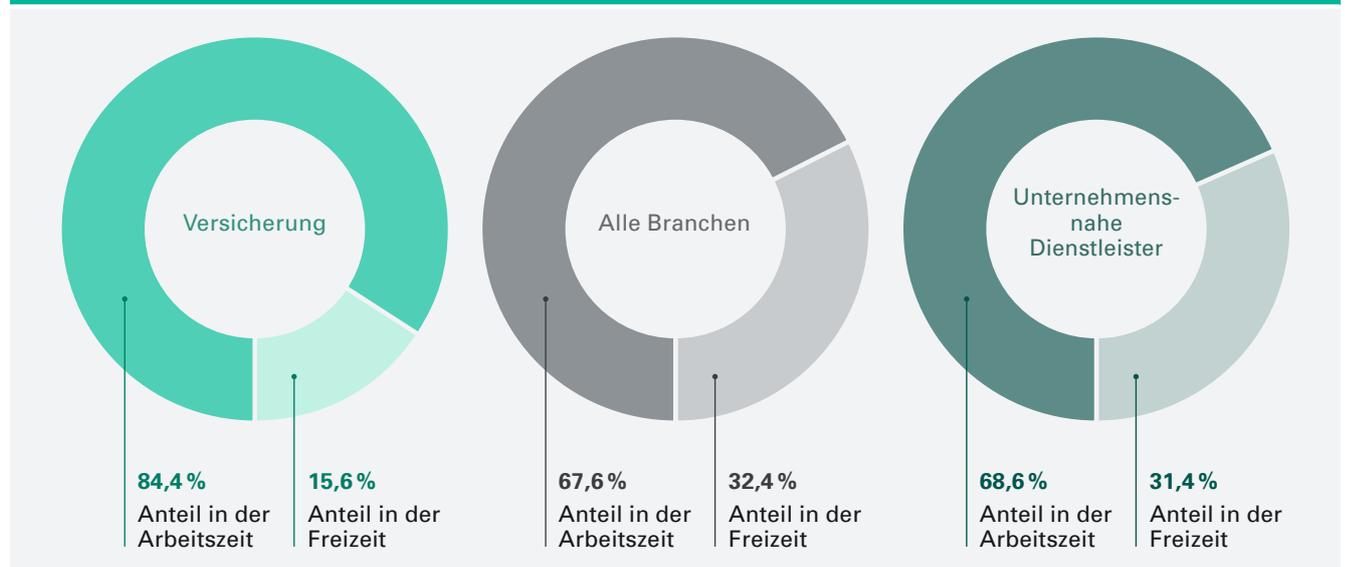
Auch die Mitarbeiter selbst leisten ihren Beitrag zur Weiterbildung, indem sie Freizeit einbringen, beispielsweise wenn ein Seminar bereits am Sonntag beginnt. Sowohl in der Gesamtwirtschaft als auch bei den unternehmensnahen Dienstleistern absolvieren die Beschäftigten ein knappes Drittel der Weiterbildung außerhalb der Arbeitszeit. In der Versicherungswirtschaft dagegen finden nur 15,6% der Weiterbildungsaktivitäten in der Freizeit statt.

Die direkten und indirekten Kosten der Weiterbildung verteilen sich in der Assekuranz nahezu hälftig: 49,5% entfallen auf direkte und 50,5% auf indirekte Kosten. In der Gesamtwirtschaft haben die indirekten Kosten mit 52,8% und bei den unternehmensnahen Dienstleistern mit

55,5% ein etwas höheres Gewicht. Damit ist der Anteil der indirekten Kosten bei den Versicherungsunternehmen vergleichsweise geringer, obwohl der Anteil der Weiterbildung während der Arbeitszeit überdurchschnittlich hoch ist. Das bedeutet im Umkehrschluss, dass Versicherungsunternehmen im Schnitt vergleichsweise höhere Ausgaben für direkte Kosten tätigen.

Eine Hochrechnung der Kosten auf die Anzahl aller sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in Deutschland (29,6 Mio. im Juni 2013) ergibt ein gesamtwirtschaftliches Investitionsvolumen von 33,5 Mrd. €. Auf die Versicherungswirtschaft entfällt davon bezogen auf die Beschäftigten im Innendienst ein Investitionsvolumen in Höhe von 343 Mio. €.

## Verteilung des Weiterbildungsvolumens für Lehr- und Informationsveranstaltungen





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 213.000 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 60 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 32 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  
Ammerländer Versicherung VVaG  
ARAG Versicherungsgruppe  
AXA Konzern AG  
Barmenia Versicherungen  
BGV-Versicherung AG  
Central Krankenversicherung AG  
Coface Versicherungen  
Concordia-Cordial Versicherungsgruppe  
Deutsche Rückversicherung AG  
Verband öffentlicher Versicherer  
DEVK Versicherungen  
ERGO Direkt Versicherungen  
Fahrlehrerversicherung VaG  
Generali Versicherungen  
Gothaer Versicherungen  
GVO Gegenseitigkeit Versicherung  
Oldenburg VVaG  
Haftpflichtkasse Darmstadt  
Helvetia Versicherungen  
HUK-COBURG Versicherungsgruppe  
Innovation Group  
Itzehoer Versicherung/Brandgilde  
von 1691 VVaG  
Lippische Landes-Brandversicherungs-  
anstalt  
Landesschadenhilfe Versicherung VVaG  
MSIG Insurance Europe AG  
MÜNCHENER VEREIN Versicherungs-  
gruppe  
Naspa Versicherungs-Service GmbH  
NÜRNBERGER Versicherungsgruppe  
NV-Versicherungen VVaG

Öffentliche Feuerversicherung  
Sachsen-Anhalt  
PENSIONS-SICHERUNGS-VEREIN VaG  
Provinzial Rheinland Versicherung AG  
R+V Versicherungsgruppe  
ROLAND Rechtsschutz-Versicherungs-AG  
SIGNAL IDUNA Gruppe  
Sparkassen-Versicherungen Sachsen  
Stuttgarter Lebensversicherung a.G.  
Süddeutsche Krankenversicherung a.G.  
Swiss Life AG  
Niederlassung für Deutschland  
Tokio Marine Europe Insurance Limited  
uniVersa Versicherungen  
VHV Gruppe  
VOLKSWOHL BUND Versicherungen  
Westfälische Provinzial Versicherung AG  
Württembergische Gemeinde-  
Versicherung a.G.  
Württembergische Versicherungsgruppe  
WWK Versicherungen  
Zurich Gruppe Deutschland

Darüber hinaus haben 18 Versicherungs-  
unternehmen/-gruppen teilgenommen,  
die keinen Eintrag in die Teilnehmerliste  
gewünscht bzw. keinen Eintrag vorgenom-  
men haben.



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