



FORMEN & UMFANG

KOSTEN & MOTIVE

DIGITALE KOMPETENZEN

DIGITALES LERNEN

Die Weiterbildungsumfrage der Versicherungswirtschaft

Zentrale Ergebnisse der IW-Sonderauswertung
Dezember 2017

Sehr geehrte Damen und Herren,

alle drei Jahre befragt das Institut der deutschen Wirtschaft Köln (IW) Unternehmen zu deren Weiterbildungsaktivitäten, Motiven und zum Investitionsvolumen in betriebliche Weiterbildung. 2017 haben der Arbeitgeberverband (AGV) und das Berufsbildungswerk der Deutschen Versicherungswirtschaft (BWW) zum zweiten Mal mit dem IW eine ergänzende Sonderumfrage für die Versicherungswirtschaft durchführen lassen. Die Assekuranz tritt damit erneut den Vergleich zum Durchschnitt aller Branchen und der unternehmensnahen Dienstleister an.

Die Ergebnisse 2014 waren für die Assekuranz sehr positiv. Zentrale Fragen für uns in diesem Jahr sind, ob wir im Branchenvergleich nach wie vor so gut da stehen und welche Folgen die Digitalisierung auf die betriebliche Weiterbildung hat?

In der vorliegenden Broschüre werden Ihnen die wesentlichen Ergebnisse 2017 präsentiert. Sie basieren auf der Rückmeldung von 51 Versicherern und repräsentieren 71,4% der Arbeitnehmer im Innendienst. Wir sind erneut meisterlich, nicht nur hinsichtlich der Lernbereitschaft des einzelnen Mitarbeiters¹, sondern auch in Bezug auf das, was die Versicherer als Arbeitgeber an Lernangeboten

schaffen. Jeder Versicherer bildet seine Mitarbeiter weiter und zwar durchschnittlich 26,4 Stunden pro Jahr. Dabei investieren die Häuser im Durchschnitt mehr als 2.100 Euro pro Beschäftigten. Damit liegt die Branche deutlich über den Werten der Gesamtwirtschaft. Lesen Sie mehr dazu auf den Seiten 4 und 5.

Ein Schwerpunktthema dieser Umfrage war der Einfluss der Digitalisierung auf die betriebliche Weiterbildung. Alle befragten Unternehmen haben erkannt, dass der Weiterbildungsbedarf dadurch steigt. Die Assekuranz hat diese Entwicklung durch überdurchschnittliches Weiterbildungsengagement bereits antizipiert. In Bezug auf die eingesetzten Schulungsthemen bzw. Lehr-/Lernmethoden wird das fortschrittliche Gesamtbild der Branche verstärkt. Eine große Rolle spielen beispielsweise webbasierte Lernformen. Außerdem traut sich unsere Branche mehr als alle anderen auch an interdisziplinäre Methoden, wie zum Beispiel Serious Games, heran. Alle Fakten und Zahlen zu diesem Fragenfeld finden Sie auf den Seiten 6 bis 8.

Lassen Sie uns bei der Gestaltung der betrieblichen Weiterbildung mit Kreativität, Innovationskraft und vor allem Spaß der Gigabite-Arbeitswelt zum Durchbruch verhelfen!

¹ Zur besseren Lesbarkeit haben wir weitgehend auf geschlechtsspezifische Doppelnennungen verzichtet.

Ihr

Dr. Andreas Eurich

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

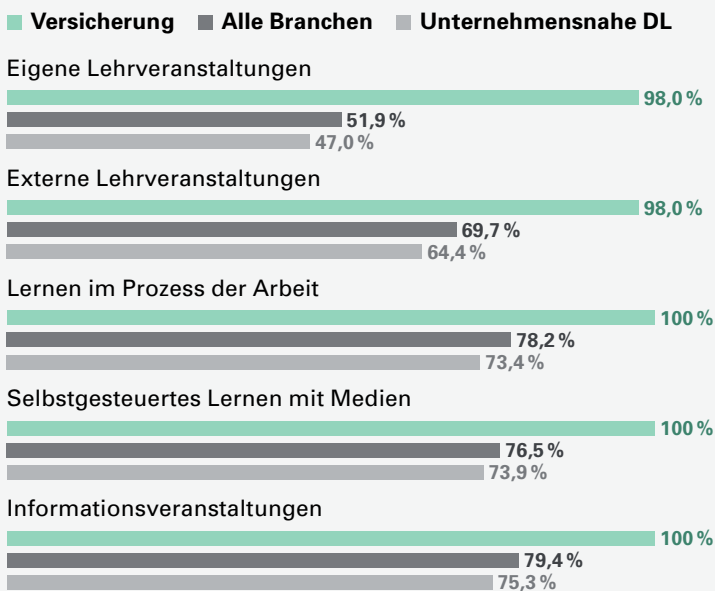
Ihr

Dr. Frank Walthes

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

Versicherungsbranche als Vorreiter in Sachen Weiterbildung

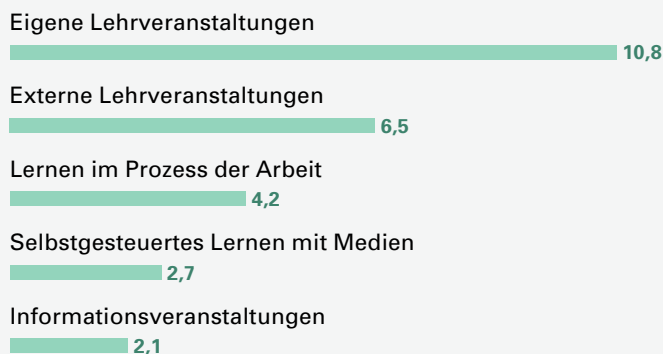
Formen der betrieblichen Weiterbildung



Die Ergebnisse bestätigen erneut die hohe Bedeutung von Weiterbildung in der Versicherungswirtschaft. Alle Versicherer² engagieren sich demnach in der betrieblichen Weiterbildung. Im Jahr 2016 liegt die Aktivität deutlich über dem Gesamtdurchschnitt aller Unternehmen von rund 85 %. Nahezu alle Versicherer bieten ihren Mitarbeitern dabei eigene und externe Lehrveranstaltungen an. Lernsituationen im Arbeitsprozess, selbstgesteuertes Lernen mit Medien und Informationsveranstaltungen stehen sogar bei allen Versicherern auf dem „Lehrplan“.

Das Weiterbildungsengagement zeigt sich außerdem in den Weiterbildungsstunden pro Mitarbeiter. Im Jahr 2016 hat sich jeder Innendienstmitarbeiter im Durchschnitt 26,4 Stunden weitergebildet. Damit liegt der jährliche Weiterbildungsumfang in der Versicherungsbranche deutlich über dem Gesamtdurchschnitt aller Branchen und dem Durchschnitt der unternehmensnahen Dienstleister³ (17,3 bzw. 19,8 Stunden). Mit über 17 Stunden entfällt der größte Anteil auf Lehrveranstaltungen, dabei wird mehr Zeit in eigene Lehrveranstaltungen investiert.

Weiterbildungsstunden je Mitarbeiter⁴



Die meisten Weiterbildungen in der Versicherungsbranche finden während der Arbeitszeit statt (93 %) und damit etwas häufiger als im Gesamtdurchschnitt über alle Branchen (87,2 %).

² Die Zahlen beziehen sich auf 2016 und bilden das Weiterbildungsengagement aller teilgenommenen Versicherer, d.h. Versicherungsunternehmen und -gruppen, Versicherungsmakler und sonstige Dienstleister der Branche, ab (vgl. Teilnehmerliste).

³ Zu den unternehmensnahen Dienstleistern (DL) zählen Großhandel, Verkehr und Lagerei, Information und Kommunikation, Banken, Versicherungen und Finanzdienstleistungen, Steuer- und Unternehmensberatung, Werbung, Architekten, Forschung und Entwicklung u.Ä.

⁴ Durchschnittliche Weiterbildungsstunden 2016 je Innendienstmitarbeiter über alle Versicherer. Abweichende Summe im Text durch Rundungsdifferenzen.



FORMEN & UMFANG

KOSTEN & MOTIVE

DIGITALE KOMPETENZEN

DIGITALES LERNEN

Versicherer investieren in Weiterbildung – und das aus gutem Grund!

Weiterbildung nimmt einen hohen Stellenwert in der Versicherungswirtschaft ein und die Versicherer investieren viel. Die durchschnittlichen indirekten Kosten⁵ pro Innendienstmitarbeiter für Weiterbildung sind mit 1.213 Euro zweieinhalbfach höher als in der Gesamtwirtschaft (506 Euro) und knapp doppelt so hoch wie bei den unternehmensnahen Dienstleistern (658 Euro). Auch die direkten Kosten⁶ sind deutlich höher als im Gesamtdurchschnitt über alle Branchen. Der größte Anteil fällt durch externe Lehrveranstaltungen an. Auch durch eigene Lehrveranstaltungen entstehen vergleichsweise hohe Kosten.

Die Gründe für Weiterbildung lassen sich in drei Gruppen einteilen: Investitions-, Reputations- und soziale Motive. Alle abgefragten Motive werden in der Versicherungswirtschaft häufiger genannt als in der Gesamtwirtschaft. 100 % der Versicherer wollen mit Hilfe von Weiterbildung die Qualifikation ihrer Mitarbeiter an neue Technologien oder eine veränderte Arbeitsorganisation anpassen, bei der Gesamtwirtschaft ist das nur bei 85,3 % der Unternehmen der Fall. Die weiteren häufig genannten Investitionsmotive sind Fachkräftesicherung, Förderung von überfachlichen Kompetenzen und Steigerung der Produktivität. Als Reputationsmotive werden Erhöhung der Motivation und Arbeitszufriedenheit der Mitarbeiter sowie Steigerung der Unternehmensattraktivität genannt. Mit 86,3% verhältnismäßig hoch begründet sich Weiterbildung aus sozialer Verantwortung der Versicherer heraus.

⁵ Indirekte Kosten umfassen die Zeit, die während der bezahlten Arbeitszeit für Weiterbildung verwendet wird.

⁶ Direkte Kosten sind Aufwendungen für externe sowie unternehmenseigene Trainer und Dozenten, Teilnehmergebühren, Verpflegungs- und Reisekosten, Kosten für Medien und Lehrmaterialien sowie Raum- und Gerätekosten.

⁷ Anteil der Versicherer, die die genannten Motive mit „trifft voll und ganz zu“ oder „trifft eher zu“ bewerten.

Kosten der betrieblichen Weiterbildung

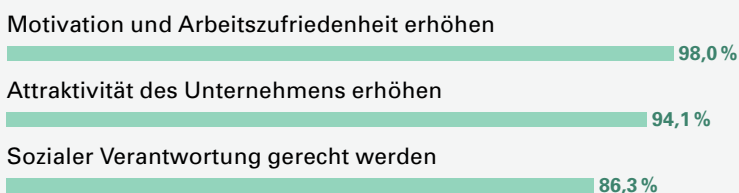
Kosten	Versicherung	Alle Branchen	Unternehmensnahe DL
indirekte	1.213	506	658
direkte	910	561	687
Summe	2.123	1.067	1.345

Motive für betriebliche Weiterbildung⁷

Investitionsmotive



Reputations- und soziale Motive



Erhöhte Kompetenzanforderungen durch digitale Technologien

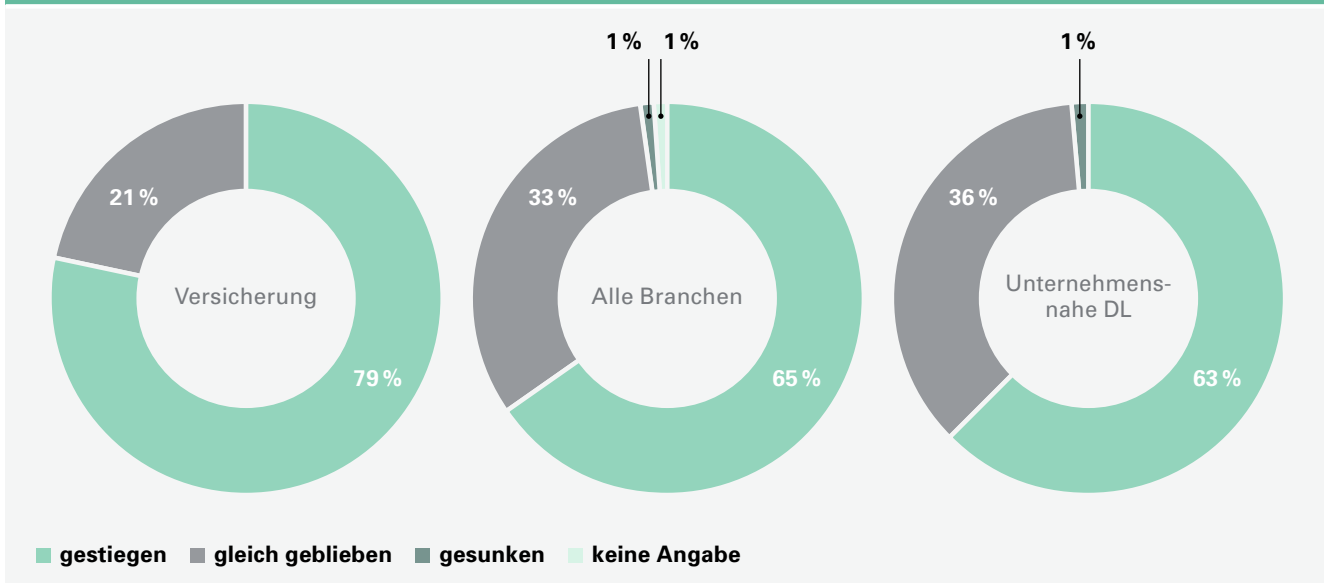
Durch die Einführung digitaler Technologien in Unternehmen erscheint es plausibel, dass der Weiterbildungsbedarf steigt. Das Know-how für einen zielgerichteten Umgang mit neuen Geräten oder Programmen muss aufgebaut werden.

Und der digitale Wandel geht weit über die Technik hinaus. Aufgrund der weiten Verbreitung internetfähiger mobiler Endgeräte verändert sich das Kommunikations- und Konsumverhalten grundlegend. Die Arbeitsprozesse in den Unternehmen erleben dadurch einen tiefgreifenden Wandel. Die Versicherer und alle anderen Unternehmen erkennen in der Folge

u. a. einen gestiegenen Weiterbildungsbedarf. Mehr als drei Viertel der Versicherer geben an, dass der Weiterbildungsbedarf gestiegen ist. Lediglich bei 21 % ist dieser gleich geblieben und bei keinem der Versicherer ist er gesunken.

Die Gesamtwirtschaft und die unternehmensnahen Dienstleister schätzen mit 65 bzw. 63 % den Bedarf als steigend ein. Im Vergleich zu den Versicherern ist das jedoch weit geringer.

Entwicklung des Weiterbildungsbedarfs durch Einführung digitaler Technologien





Versicherungsbranche reagiert mit gezielter Weiterbildung

Um die Mitarbeiter mit ihren Kompetenzen für die Anforderungen des digitalen Wandels zu qualifizieren, ist das Weiterbildungsengagement in der Versicherungswirtschaft überdurchschnittlich hoch. Doch worauf zielen diese Weiterbildungen ab? Kernthema ist das berufliche Fachwissen. Die gesamte Assekuranz schult ihre Mitarbeiter hierin. Bei jeweils 98 % der Versicherer stellen Führungskompetenzen und IT-Anwenderkenntnisse weitere Schwerpunkte in der betrieblichen Weiterbildung dar. IT-Fachwissen und Softwareprogrammierung vermitteln knapp 96 % der Versicherer ihren Mitarbeitern.

Zum Themenschwerpunkt Digitalisierung wurden die Unternehmen zu den eingesetzten digitalen Technologien in ihren Betrieben befragt. Davon wurde der Digitalisierungsgrad der Unternehmen abgeleitet. Dieser ist in der Versicherungswirtschaft stärker ausgeprägt als in der Gesamtwirtschaft. Versicherer mit höherem Digitalisierungsgrad geben sowohl höhere Weiterbildungsstunden, als auch höhere direkte Weiterbildungskosten an. Dies lässt den Rückschluss zu, dass ein hoher Digitalisierungsgrad zu mehr betrieblicher Weiterbildung führt.

In der betrieblichen Weiterbildung vermittelte Kompetenzen⁸



⁸ Anteil der Versicherer, in denen größere Gruppen der Mitarbeiter bzw. ausgewählte Mitarbeiter an Weiterbildungen zur Erweiterung der genannten Kompetenzen in 2016 teilgenommen haben.

Digitale Lernangebote weit verbreitet

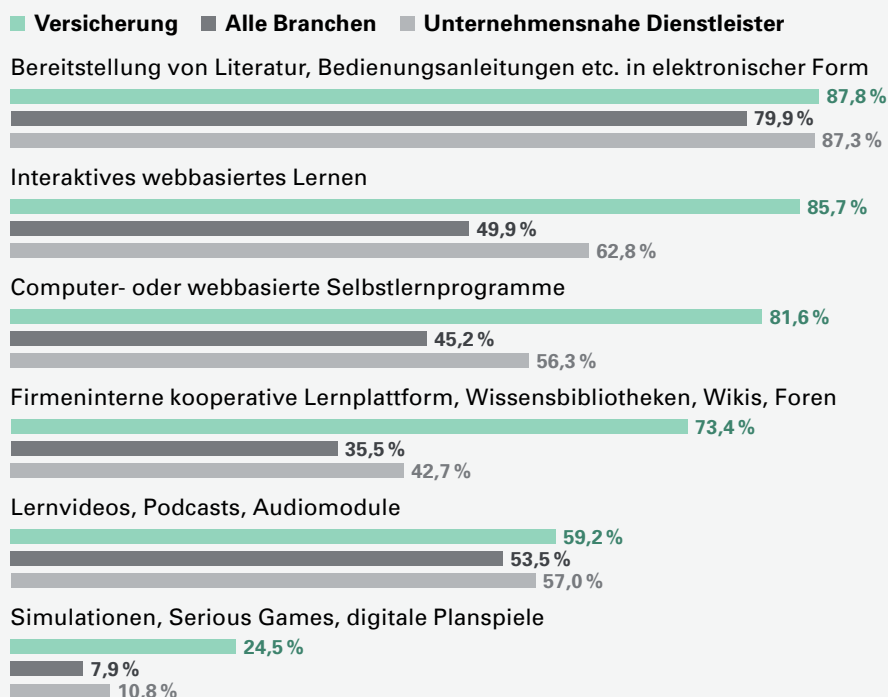
Die Digitalisierung hat längst Einzug in den Bereich der Lernangebote gehalten. Viele Bildungsdienstleister ermöglichen ihren Teilnehmern mobiles interaktives Lernen durch digitale Lernmedien. Und auch Unternehmen setzen bei der Qualifizierung immer häufiger auf elektronische Lösungen.

Ganz vorne dabei: die Versicherungsbranche. Die Versicherer geben am häufigsten an, Literatur, Bedienungsanleitungen und Ähnliches in elektronischer Form bereitzustellen. Deutlich häufiger als die Gesamtwirtschaft setzt die Versicherungswirtschaft auf interaktives web-

basiertes Lernen sowie Computer- oder webbasierte Selbstlernprogramme (85,7 bzw. 81,6%). Knapp drei Viertel der Versicherer verwenden firmeninterne kooperative Lernplattformen, Wissensbibliotheken, Wikis oder Foren (73,4%), was sogar doppelt so häufig ist wie beim Gesamtdurchschnitt über alle Branchen. Sechs von zehn Versicherern nutzen Lernvideos, Podcasts oder Audiomodule (59,2%). Eine geringere Rolle spielen Simulationen oder Serious Games (24,5%). Dennoch wird dieses digitale Lernangebot im Versicherungsumfeld etwa dreimal häufiger eingesetzt als in der Gesamtwirtschaft.

9 Anteil der Versicherer, die den mehrfachen oder vereinzelt Einsatz von digitalen Lernangeboten angeben.

Digitale Lernangebote⁹





FORMEN & UMFANG

KOSTEN & MOTIVE

DIGITALE KOMPETENZEN

DIGITALES LERNEN

Viele gute Gründe für digitale Lernangebote

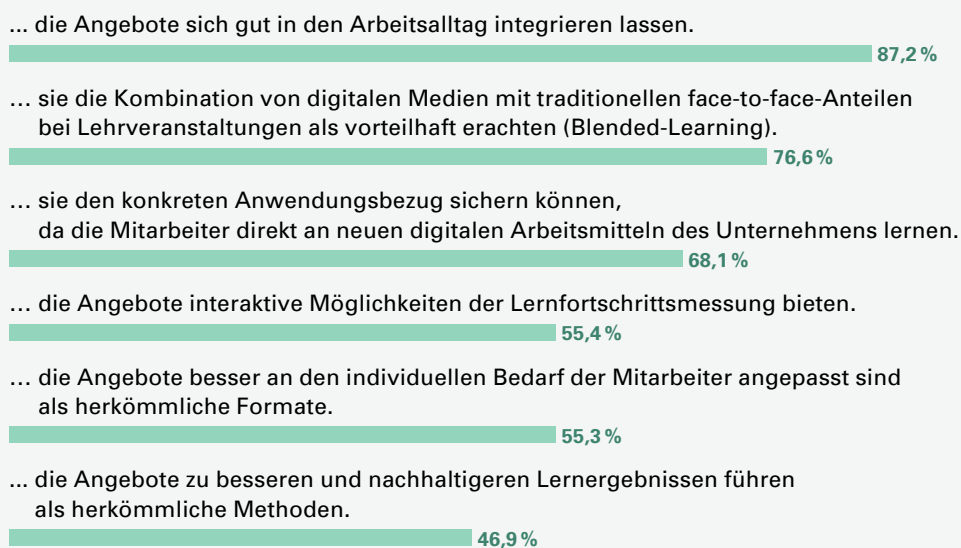
Vom Einsatz der digitalen Lernangebote versprechen sich die Versicherer entscheidende Vorteile. Mit 87,2% nennen sie die gute Integrierbarkeit in den Arbeitsalltag mit Abstand am häufigsten als Grund für die Nutzung der digitalen Lernangebote. Mehr als drei Viertel verwenden elektronische Lösungen, weil sie die Kombination von digitalen Medien mit traditionellen face-to-face-Anteilen bei Lehrveranstaltungen als vorteilhaft erachten (76,6%). An dritter Stelle wird mit 68,1% der konkrete Anwendungsbezug als Beweggrund für den Einsatz digitaler Lernangebote angeführt.

Jeweils etwa die Hälfte der Versicherer nennt interaktive Möglichkeiten der Lernfortschrittsmessung (55,4%), die individuelle Anpassbarkeit an den Bedarf der Mitarbeiter (55,3%) sowie bessere und nachhaltigere Lernergebnisse gegenüber herkömmlichen Methoden (46,9%).

Die gute Integrierbarkeit in den Arbeitsalltag ist für die Versicherungswirtschaft wichtiger als für die Gesamtwirtschaft, bei der sich rund 70% der Unternehmen darauf stützen. Auch die anderen Gründe werden – mit Ausnahme der individuellen Anpassung an die Bedarfe der Mitarbeiter – von der Versicherungswirtschaft häufiger genannt als von der Gesamtwirtschaft.

Gründe für die Nutzung digitaler Lernangebote¹⁰

Versicherer nutzen digitale Lernangebote, weil ...



¹⁰ Anteil der Versicherer, die die genannten Gründe mit „trifft voll und ganz zu“ oder „trifft eher zu“ bewerten.



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 207.000 Beschäftigten der Branche. In den Tarifverträgen werden die Arbeitsbedingungen aller Angestellten im Innen- und Außendienst sowie der Auszubildenden geregelt.

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

lichen 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.



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 Beschäftigte 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

Allianz Deutschland Konzern
ALTE LEIPZIGER – HALLESCHE
Aon Holding Deutschland GmbH
AXA Konzern AG
BGV-Versicherung AG
Concordia Versicherungen
Continental Versicherungsverbund
Debeka Versicherungsgruppe
Deutsche Rückversicherung AG –
Verband öffentlicher Versicherer
DEVK Versicherungen
Die Haftpflichtkasse VVaG
ERGO Direkt Versicherungen
Fahrlehrerversicherung VaG
Generali Deutschland Gruppe
GVV-Kommunalversicherung
HUK-COBURG Versicherungsgruppe
Itzehoer Versicherungen
MSIG Insurance Europe AG
MÜNCHENER VEREIN
Versicherungsgruppe
NÜRNBERGER Versicherungsgruppe
NV-Versicherungen VVaG
Öffentliche Versicherung Braunschweig
OKV – Ostdeutsche
Kommunalversicherung a.G.

ÖRAG Rechtsschutzversicherung
ÖSA Versicherungen
PENSIONS-SICHERUNGS-VEREIN VaG
Provinzial Rheinland Versicherungen
R+V Versicherungsgruppe
ROLAND Rechtsschutz-Versicherungs-AG
RVM Versicherungsmakler
SAARLAND Versicherungen
SCOR Rückversicherung
Direktion für Deutschland
Sparkassen-Versicherung Sachsen
Stuttgarter Lebensversicherung a.G.
sum.cumo GmbH
Swiss Life Deutschland
Talanx Konzern
uniVersa Versicherungen
Versicherungskammer Bayern
VGH – Versicherungsgruppe Hannover
VHV Versicherungen
VPV Lebensversicherungs-AG
Württembergische Gemeinde-
Versicherung a.G.
XL Catlin Services SE
Zurich Gruppe Deutschland

Darüber hinaus haben sechs Versicherer teilgenommen, die keinen Eintrag in die Teilnehmerliste gewünscht bzw. keinen Eintrag vorgenommen haben.



Arbeitgeberverband der
Versicherungsunternehmen
in Deutschland e.V.

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



Berufsbildungswerk
der Deutschen Versicherungswirtschaft
(BWV) e.V.

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