

EDITORIAL

„Das sind die beliebtesten Arbeitgeber Deutschlands“ 2

FÜR DIE PERSONALARBEIT VOR ORT

**Sprungbrett oder Abstiegsfalle?
Wie man in der Versicherungsbranche
Karriere macht 4**

AUS DER WELT DER STATISTIK

Produktivitätswunder Homeoffice? .. 5

„Das sind die beliebtesten Arbeitgeber Deutschlands“



Als ich am 27. Mai diese Überschrift eines Artikels im *SPIEGEL* las, habe ich mir gleich gedacht: **Da ist bestimmt wieder kein Versicherer dabei! Und so war es auch!** Selbst unsere drei DAX-40-Konzerne tauchten im Ranking nicht auf. Dafür aber Amazon und der Online-Modehändler About You.

Ich gebe zu, das ärgert mich immer wieder, weil ich die mangelnde Wertschätzung der Hochschulabsolventen – auf die Befragung dieser bezog sich der *SPIEGEL*-Artikel – für die Versicherungswirtschaft als ungerecht empfinde. Aber natürlich ist das zu kurz gegriffen, denn wir müssen uns hier als Branche an die eigene Nase fassen und selbstkritisch fragen: Warum ist das so? Nicht jammern, sondern für Veränderung sorgen. Aber wie?

Beim diesjährigen Treffen unserer Innendienst-Personalleiter haben wir uns in vier Workshops ganz praktisch damit befasst, was wir konkret tun müssen, um im „war of talents“ besser abzuschneiden.

Das waren für mich persönlich die wichtigsten Ergebnisse der Gruppenarbeit:

- Junge Menschen wollen wissen, wie sie sich entwickeln können. Gerade die Versicherungswirtschaft bietet eine Vielzahl von Karrieremöglichkeiten. Das ist zu wenig bekannt. Die **Karrierperspektiven** müssen transparent sein. In der deutschen Versicherungswirtschaft gibt es lebenslange Entwicklungsmöglichkeiten „on the job“.
- Die Versicherungswirtschaft ist das „**Haus der 100 Berufe**“. Wissen das alle Absolventen? Nein. Storytelling wäre in diesem Bereich hilfreich.
- Unsere Branche zeichnet sich dadurch aus, dass sie **krisenfest und erfolgreich** ist. Diese Werte sind gerade in Zeiten wie diesen bei der Suche nach dem „richtigen“ ersten Arbeitgeber besonders wichtig.
- Unsere Schadensachbearbeiter regulieren Millionen Schäden sehr ordentlich, zum Teil kulant, und stärken dadurch die Kundenbindung. **Zufriedene Kunden wären gute Werbeträger**. Auf sie greifen wir aber in der Öffentlichkeitsarbeit selten zurück.
- Die Versicherungswirtschaft bietet all ihren Angestellten – insbesondere nach der Pandemie – ein **modernes und mobiles Arbeitsumfeld mit viel persönlicher**

Flexibilität. Hier hat sich unsere Branche in der Pandemie schneller und stärker gewandelt als fast alle anderen Wirtschaftszweige.

- Das Thema „Gutes Nahbild, schlechtes Fernbild“ ist altbekannt. Im Gegensatz zum schlechten Fernbild haben wir eine Vielzahl **von der Sinnhaftigkeit ihres eigenen Tuns überzeugter Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter**, was nicht zuletzt an überdurchschnittlich langer Betriebszugehörigkeit deutlich wird. Die eigenen Beschäftigten sollten gezielt animiert werden, in ihrem privaten Umfeld junge Menschen für „ihr“ Unternehmen zu gewinnen.
- Eine gute **Vereinbarkeit von Beruf und Familie** nimmt heute fast jeder Arbeitgeber für sich in Anspruch. Die Versicherungswirtschaft ist hier besonders profiliert, sollte dies aber mittels Role models noch besser herausstellen.
- Unsere Branche ist **sozial engagiert** – nicht nur für unsere eigenen Angestellten (z. B. beim betrieblichen Gesundheitsmanagement), sondern auch für deren eigenes soziales Engagement (z. B. für Flutopfer und Kriegsflüchtlinge). Das ist Ausdruck von Wertschätzung.

Tue Gutes und rede darüber. Dieser alte Grundsatz ist nicht die Stärke der deutschen Versicherungswirtschaft. Das müssen wir in Zukunft besser machen. Dieses Editorial soll hierfür Anregungen geben.

Michael Niebler
Geschäftsführendes Vorstandsmitglied des AGV



GDV LUNCHEON LECTURES



Foto: iStock/Black_Kira

Der Kollege KI

Was ist Künstliche Intelligenz (KI)? Wie funktioniert sie? Und wie können neue Technologien wie KI, Robotics oder Sprachassistenten gewinnbringend in der Versicherungswelt angewendet werden? Dazu sprach **Mark Klein**, Chief Digital Officer der ERGO Group AG, in der zweiten „Luncheon Lectures“ des Gesamtverbandes der Deutschen Versicherungswirtschaft (GDV) vor Gästen aus Branche und Politik.

Klein präsentierte die Funktionsweise algorithmischer Systeme, wie sie trainiert werden, welche mathematischen Strukturen ihnen zugrunde liegen und welche Einsatzgebiete es für sie in der Versicherungswelt gibt. Bei ERGO würden bereits heute über **250 Roboter** eingesetzt, **die bei Kundenanfragen, Dokumentensichtungen oder beim Schriftverkehr helfen**. Für die Mitarbeitenden bedeute der Einsatz neuer Technologien eine Entlastung von repetitiven Aufgaben, die sehr geschätzt werde, da sie wieder Freiräume für kreative und inhaltlich anspruchsvolle Handlungen schaffe. Klein betonte, dass durch den Einsatz der neuen Technologien **keine Jobs verloren gingen**, sondern die Systeme zur Unter-

stützung genutzt würden. Im Unternehmen selbst würde stets sehr transparent und konsequent über den Einsatz von KI und Co. kommuniziert, **auch der Betriebsrat sei von Beginn an involviert gewesen**. Für ERGO bedeute der Einsatz der neuen Technologien eine insgesamt schnellere und kosteneffizientere Abwicklung von Prozessen. ▽



Mark Klein

Bild: Christian Kruppa

THEMEN DIESER AUSGABE

Editorial

„Das sind die beliebtesten Arbeitgeber Deutschlands“ 2

GDV Luncheon Lectures

Der Kollege KI 3

Für die Personalarbeit vor Ort

Sprungbrett oder Abstiegsfalle? Wie man in der Versicherungsbranche Karriere macht 4

AGV - INSURWOMEN@NETWORKS

Let's get connected! 5

Aus der Welt der Statistik

Produktivitätswunder Homeoffice? 5

Aus den Mühlen der Gesetzgebung

„Berlin möchte Arbeitsverträge lieber weiter ausdrucken“ .. 6

Digitalisierung der Arbeitswelt / Arbeiten 4.0

So sehen gute Arbeitsbedingungen nach der Pandemie aus..7

Werde #Insurancer

55 Millionen „Impressionen“ 8

AGV inside

Jörg von Fürstenwerth neuer Vize-Vorstand der Deutschen Rentenversicherung Bund 8

Zum Schmunzeln ... oder auch nicht

Mir ist im Traum ein Döner erschienen 9

Zum Schmunzeln ... oder auch nicht

Lieber keine Geburtstagsfeier im Büro „verordnen“ 10

3 Zahlen aus der Versicherungswirtschaft 10

Wussten Sie schon, dass ..? 11

Eine Branche macht Bildung

Ab August lernen Versicherungs-Azubis anders 11

5 Zahlen aus der Privaten Krankenversicherung 12

Gedacht ... Gesagt 12

Ausgezeichnet 12

Impressum 12

FÜR DIE PERSONALARBEIT VOR ORT



v.l.n.r. Tobias Vögele, Lena Lindemann, Michael Stanczyk (VersicherungswirtschaftsCLUB), Katharina Höhn und Marco Adelt

Foto: Fabry

Sprungbrett oder Abstiegsfalle? Wie man in der Versicherungsbranche Karriere macht

Über Karrierechancen, Recruiting und Führung in der Versicherungswirtschaft diskutierten SIGNAL-IDUNA-Personalchef **Tobias Vögele**, **Katharina Höhn**, Geschäftsführendes Vorstandsmitglied des BWV, Clark-Vorstand **Marco Adelt** und die designierte ERGO-Personalvorständin **Lena Lindemann** auf dem Podium des VersicherungswirtschaftsCLUB.

Karrieretipps von Experten

Fachexpertise ist die wichtigste Voraussetzung für eine erfolgreiche Karriere in der Assekuranz. „**Die fachliche Ausrichtung selbst ist nicht so wichtig**, sondern das Interesse und der Spaß an der Sache. Ebenfalls unabdingbar sind ein gutes Wertegerüst und ein entsprechendes Mindset“, so Vögele. Ergänzend erwartet Lindemann eine Leidenschaft für Führung. Für sie gebe es nicht das eine „Rezept“ für die Managementkarriere. Die Branche brauche **nicht gleiche Manager, sondern diverse Managementteams mit unterschiedlichen Perspektiven und Erfahrungen**, um auf Unternehmensebene innovativ und erfolgreich zu sein. Achtsam und effizient mit der eigenen Zeit umzugehen, lautete der Ratschlag von Adelt. Zudem sei eine gewisse Resilienz erforderlich. „Fast-Track-Programme“, die jungen Menschen einen Berufseinstieg auf der Überholspur versprechen, hielten alle Experten für nicht sinnvoll.

Kulturwandel in der Branche

Die Fehlerkultur in der Versicherungswirtschaft werde offener und positiver, wengleich noch viel passieren müsse. Bei der SIGNAL IDUNA werde vom Vorstand

kommuniziert und vorgelebt, dass Fehler gemacht werden dürfen, dabei sei jedoch der konstruktive Umgang mit diesen entscheidend. Zudem würden neue Wege eingeschlagen, so seien vor kurzem **Feedback-Runden in Vorstandssitzungen** etabliert worden. Der Kulturwandel der ERGO in den letzten Jahren habe die Fehlerkultur positiv geprägt. **Kulturelle Veränderungen müssten top-down kommen** und sichtbar für die Mitarbeiter gemacht werden, betonte Lindemann.

Frauen in Führungspositionen

Auf der ersten Führungsebene gebe es viele qualifizierte Frauen, aber **es gebe noch zu wenig weibliche Vorbilder auf Vorstandsebene**, die diese Frauen ermutigen, den Schritt in den Vorstand zu wagen. Höhn betonte, die Branche habe hier bereits Fortschritte gemacht.

Führung

Die Anforderung an gute Führung sei in der Pandemie noch mehr in den Vordergrund gerückt. Vögele sagte, dass Führungskräfte, die vor der Pandemie gut gewesen seien, während der Pandemie über sich hinausgewachsen seien. Insgesamt funktioniere Mobilarbeit technisch und organisatorisch gut, aber **der persönliche Kontakt sei trotzdem ausgesprochen wichtig**. Die neue Art von Führung über Ziele und Ergebnisse müsse Führungskräften vermittelt werden, forderte Lindemann.

„**Vertrauen und Selbstführung zu etablieren, wird die große Herausforderung, insbesondere in Häusern mit ausgeprägter Hierarchiekultur**“, so Höhn. ▽



Tobias Vögele



Lena Lindemann



Marco Adelt



Katharina Höhn

Fotos: Fabry

AGV-INSURWOMEN@NETWORKS

Let's get connected!

Die Premiere des neuen digitalen Managerinnen-Netzwerks des AGV „INSURWOMEN@NETWORKS“ war erfolgreich! Knapp 200 Managerinnen aus der Versicherungswirtschaft waren beim Launch dabei. Die Initiatorinnen von „INSURWOMEN@NETWORKS“, AGV-Geschäftsführerin Betina Kirsch und Julia Blank, Volkswirtin beim AGV, wollen engagierte Managerinnen aus der Branche vernetzen. Susanne Justen, Leiterin Konzernrevision der AXA, die seit der Geburtsstunde des Projekts als



Sparringspartnerin an der Seite des AGV stand, unterstützte die beiden als Co-Moderatorin. Ein offener Austausch sowie spannende Themen, die weibliche Versicherungs-Community persönlich und fachlich weiterbringen und einen AHA-Effekt hinterlassen, machen den Benefit des Netzwerks aus.

Susanne Justen, Leiterin Konzernrevision der AXA, die seit der Geburtsstunde des Projekts als

LinkedIn: Ein Must oder Nice to have für heutige Führungskräfte? Das war Thema des Kick-offs von „INSURWOMEN@NETWORKS“. Das Thema wurde bewusst gewählt: Denn nur wer digital sichtbar ist, findet statt – so auch der Bestseller von Netzwerkexpertin Tijen Onaran.

Eine Vorabumfrage im Teilnehmerinnenkreis hat ergeben: Gerade einmal 13 Prozent der Befragten sind aktive Userinnen mit regelmäßigen Posts. Der Großteil der Teilnehmerinnen ist eher passiv und liest nur die Beiträge des eigenen Netzwerks. Hinter der Passivität steckt eine gewisse Zurückhaltung vor digitaler Sichtbarkeit sowie eine gewisse Unsicherheit zu welchen Themen gepostet werden soll. Weitere 35 Prozent der Teilnehmerinnen sind kaum oder gar nicht auf LinkedIn aktiv. Der Hauptgrund ist Zeitmangel. **Alle Nutzerinnen sehen**



Julia Blank, Betina Kirsch, Susanne Justen und Christina Richter

LinkedIn vor allem als Inspirationsquelle für neue Ideen sowie für das Knüpfen neuer Kontakte. 40 Prozent der Teilnehmerinnen gaben jedoch auch an, von „Selbstdarsteller-Posts“ und Sales Anfragen genervt zu sein.

Personalbranding-Expertin Christina Richter brachte es auf den Punkt: **Jeder habe eine Personal Brand**, unabhängig davon, ob sie aktiv gepflegt wird oder nicht. Eine durchdachte digitale Personal Brand gibt Menschen, die man nicht persönlich kennt, denen vielleicht der eigene Name zugerufen wurde, einen ersten Eindruck davon, wer man ist, was man macht und für welche Themen man steht. Ein stimmiger LinkedIn-Auftritt kann eine solche **digitale Visitenkarte** sein. Beim Entwickeln der eigenen Personal Brand helfe oft die Frage, was die eigene Keynote auf einer Konferenz wäre.

Bei wenig Zeit für eigene Posts gelte die wichtige Regel: **„Fremde“ Posts besser kommentieren statt nur teilen.** Das schaffe mehr Sichtbarkeit. Eine persönliche Story sei immer gut – aber kein Muss. Um eine Personal Brand nachhaltig aufzubauen, sei Kontinuität der Schlüssel zum Erfolg. **„If content is King, consistency is Queen“**, so Richter. ▽

AUS DER WELT DER STATISTIK

Produktivitätswunder Homeoffice?

Ein flächendeckender „Back to office“-Wunsch seitens der Beschäftigten ist bisher ausgeblieben. Mobiles Arbeiten und die damit verbundene neue Flexibilität sind aus Sicht der Beschäftigten nicht mehr wegzudenken. Wie (un)produktiv sind die Beschäftigten im Homeoffice? Der AGV hat hierzu bei Kantar eine **repräsentative Beschäftigtenbefragung** in Auftrag gegeben. Das sind die Ergebnisse aus dem Jahr 2022:

70 Prozent der Versicherungsmitarbeiter sagen, **die Effizienz ihrer eigenen Arbeit am Schreibtisch zu Hause sei besser oder sogar erheblich besser als im Büro.** Die Führungskräfte bewerten die Produktivität ihrer Beschäftigten kritischer. Immerhin bestätigen über die Hälfte der Führungskräfte, dass die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Bereich ihrer Führungsverantwortung im Homeoffice effizienter und produktiver arbeiten.

Die **Produktivität** ist von vielen Faktoren abhängig, nicht nur vom Arbeitsort, und unterscheidet sich auch zwischen Arbeitsbereichen. Die Versicherungsangestellten selbst ziehen ebenfalls differenzierte Rückschlüsse auf die Arbeitsqualität im Homeoffice. Zusammenarbeit in kritischen Projektphasen oder in Kreativprozessen, Informationsfluss, informeller Austausch und der Teamgeist werden im Homeoffice im Vergleich zum Büro von einem Großteil der Belegschaft schlechter bewertet. Im Spannungsfeld zwischen dem „neuen“ Bedürfnis der Mitarbeiter nach mehr Flexibilität – 80 Prozent schätzen die Flexibilität bei der Arbeitszeiteinteilung im Homeoffice – und den Unternehmensinteressen – beispielsweise Kundenservice und Erreichbarkeit – gilt es, ein **gesundes Gleichgewicht** auszuloten. In unserer Branche haben viele Unternehmen entsprechende Betriebsvereinbarungen zur Mobilarbeit abgeschlossen. ▽

„Berlin möchte Arbeitsverträge lieber weiter ausdrucken“



Foto: Adobe Stock/Regatnev

So überschrieb das *Handelsblatt* am 21. Juni seinen Artikel zu dem Thema, das auch Gegenstand dieses Artikels ist:

Seit 20. Juni 2019 gilt in der Europäischen Union die sogenannte „**Arbeitsbedingungenrichtlinie**“. Zum 1. August 2022 wird sie nunmehr in deutsches Recht umgesetzt. Das sind die wichtigsten Neuerungen:

- Die bereits existierenden Nachweispflichten werden **ergänzt**: Künftig müssen auch das Enddatum einer vereinbarten Befristung, der Arbeitsort, die Kündigungsfristen und die Vergütungszusammensetzung im Arbeitsvertrag fixiert werden.
- **Neue Informationspflichten** gibt es bei den Themen Probezeit, Umfang des Fortbildungsanspruchs, Überstunden, Abrufarbeit und Identität des Versorgungsträgers im Falle einer betrieblichen Altersversorgung.
- **Bei allen bestehenden Arbeitsverhältnissen muss der Arbeitgeber aktiv nichts tun.** Die Informationspflichten sind nur auf Verlangen eines Arbeitnehmers zu erfüllen.
- Für alle ab 1. August 2022 **neu begründeten Arbeitsverhältnisse** müssen die erforderlichen Angaben spätestens am siebten Kalendertag nach Arbeitsbeginn zur Verfügung gestellt werden.

Die Arbeitgeberverbände kritisieren, dass das deutsche Umsetzungsgesetz zum Teil deutlich über die Vorgaben der Richtlinie hinausgeht. Das ist das Gegenteil von Entbürokratisierung!

Besonders bedauerlich ist, dass der deutsche Gesetzgeber die Chance für eine digitale Erleichterung nicht genutzt hat: Die „Arbeitsbedingungenrichtlinie“ erlaubt in Artikel 3 ausdrücklich die Bereitstellung der erforderlichen Informationen in „Papierform oder – sofern die Informationen für den Arbeitnehmer zugänglich sind, gespeichert oder ausgedruckt werden können und der Arbeitgeber einen Übermittlungs- oder Empfangsnachweis erhält – **in elektronischer Form**“. Somit

lässt die Richtlinie die **Textform** (Paragraf 126 b BGB) unter der Voraussetzung eines Übermittlungs-/Empfangsnachweises zu! Es ist nicht nachvollziehbar, warum der deutsche Gesetzgeber hier von der ausdrücklich eingeräumten Möglichkeit der digitalen Übermittlung keinen Gebrauch macht. **In Zeiten fortgeschrittener Digitalisierung hätte es sich angeboten, die ausschließliche Vorgabe der Schriftform entfallen zu lassen.**

Insbesondere für die betriebliche Altersversorgung (bAV) ist die Position der Bundesregierung schädlich. Zumindest für die bAV sollte sie eine **Ausnahmeregelung** schaffen, so dass Änderungen nach Erteilung einer Versorgungszusage unter Abschluss von Entgeltumwandlungsvereinbarungen in Textform ausreichend sind.



Auch die renommierte Arbeitsgemeinschaft für betriebliche Altersversorgung (aba) wird ungewöhnlich deutlich: „Der aktuelle Regierungsentwurf zum Nachweisgesetz konterkariert die im Koalitionsvertrag angekündigte weitergehende Digitalisierung möglichst aller gesellschaftlichen Bereiche“, so aba-Vorsitzender Georg Thurnes. „Es ist vollkommen unverständlich, dass der deutsche Gesetzgeber den Nachweis der wesentlichen Vertragsinhalte auf elektronischem Wege nicht zulassen will. Die bezweckte Beweisfunktion kann man schon heute auch für elektronisch übermittelte Inhalte erreichen. **Der Digitalisierungsschub, den Corona uns in der Praxis beschert hat, wird durch diesen Gesetzentwurf wieder rückgängig gemacht.**“



Georg Thurnes

Der parteipolitisch neutrale Fachverband aba setzt sich seit mehr als 80 Jahren unabhängig vom jeweiligen Durchführungsweg für den Bestand und Ausbau der betrieblichen Altersversorgung in der Privatwirtschaft und im öffentlichen Dienst ein. Sein Appell sollte in der Politik gehört werden. ▽

So sehen gute Arbeitsbedingungen nach der Pandemie aus

Seit Herbst 2017 arbeiten der AGV, die Dienstleistungsgewerkschaft ver.di, die Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände (BDA) und der Arbeitgeberverband des privaten Bankgewerbes (AGV Banken) im Rahmen des Präventionsprojekts „Mitdenken 4.0 – Neue Präventionsansätze für Arbeitsprozesse in Büro- und Wissensarbeit“ unter dem Dach der Verwaltungs-Berufsgenossenschaft (VBG) eng zusammen. Im konstruktiven Dialog werden konkrete Handlungsempfehlungen für die betriebliche Praxis entwickelt, um präventiv und vorausdenkend die Umbrüche in der Büro- und Wissensarbeit aufgrund der fortschreitenden Digitalisierung zu begleiten. Die entwickelten Präventionsmaßnahmen basieren auf wissenschaftlichen Erkenntnissen aus aktuellen Forschungsprojekten. Im Rahmen des „Forum Finanzdienstleister“, das jährlich veranstaltet wird, werden die Projektergebnisse einer breiten Öffentlichkeit vorgestellt. Die Initiative ist in dieser Form einmalig in der deutschen Wirtschaft.



Im vergangenen Jahr fand das Forum digital statt, **zum 6. Forum am 18. August von 11 Uhr bis 17 Uhr lädt die VBG zum persönlichen Treffen in Berlin ein.** Der Austausch rund um hybrides Arbeiten und Mobilarbeit sowie Netzwerken werden im Mittelpunkt des Fachkongresses stehen. Zudem werden die Ergebnisse des VBG-Projekts zu agiler Arbeit und das entwickelte Präventionsprogramm vorgestellt und diskutiert.

Die Spitzen der Sozialpartner werden auf dem Podium über das Fokusthema „**Digital, hybrid und agil: Gute Arbeitsgestaltung während und nach der Pandemie**“ diskutieren. Zugesagt haben der AGV-Vorsitzende **Andreas Eurich**, Vorstandsvorsitzender der Barmenia, die Vorsitzende des Arbeitgeberverbandes Banken, **Sabine Schmittroth**, Vorstandsmitglied und Arbeitsdirektorin der Commerzbank, **Christina Ramb**, Mitglied der Hauptgeschäftsführung der BDA, und **Jan Duscheck**, ver.di-Bundesfachgruppenleiter Bankengewerbe.



Foto: iStock.com/rtteamworks

Forum Finanzdienstleister

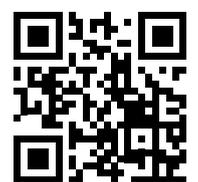
FACHKONGRESS FÜR PRÄVENTIVE ARBEITSGESTALTUNG

Digital, hybrid und agil:
Gute Arbeitsgestaltung während
und nach der Pandemie

18. August 2022
Estrel Hotel Berlin

Ralph Goldschmidt, Experte für nachhaltige Spitzenleistungen, spricht in seiner Keynote „**Kraftvoll durch bewegte Zeiten**“ darüber, wie die Krise als Chance für Veränderung genutzt werden kann.

Unter www.vbg.de/fdl können Sie sich bis 15. Juli 2022 zum Fachkongress für präventive Arbeitsgestaltung anmelden. ▽



Andreas Eurich



Sabine Schmittroth



Christina Ramb



Jan Duscheck



Ralph Goldschmidt

WERDE #INSURANCER

GET REAL.
WERDE #INSURANCER

55 Millionen „Impressionen“

14 Versicherungsunternehmen – koordiniert von AGV und BWV – „betreiben“ die Nachwuchsinitiative „Werde #Insurancer“, die 2020 vom Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft (GDV) erfolgreich initiiert und finanziert wurde, auch im Jahr 2022 weiter.

Auch im zweiten Quartal haben sich die Zahlen durchweg positiv entwickelt: Inzwischen verzeichnet die Kampagne im aktuellen Flight knapp 55 Millionen Impressionen („Auspielungen“) und über 160 000 Klicks. Der Job-Atlas, die Jobsuchmaschine für junge Einsteiger:innen in die Versicherungsbranche, erfreut sich dadurch steigender Nutzerzahlen.

Nachdem im ersten Halbjahr der Kampagnenfokus auf Traffic (Klicks auf die Landingpage) und Conversions (Bewerbungen durch den Job-Atlas) lag, werden in der zweiten Jahreshälfte auch zusätzliche, reichweitenstarke Social Media Kanäle, wie z. B. TikTok, zum Einsatz kommen. Parallel werden in Pilotprojekten komplett neue Plattformen und Aktivierungsmöglichkeiten, wie beispielsweise Kooperationen mit Influencern, getestet.

Sehen Sie hier den aktuellen **Casefilm**:
<https://www.youtube.com/watch?v=5prCWV9kula>

Oder besuchen Sie die **Kampagnen-Landingpage**:
<https://werde-insurancer.de> ▾

AGV INSIDE

Jörg von Fürstenwerth neuer Vize-Vorstand der Deutschen Rentenversicherung Bund

Jörg Freiherr Frank von Fürstenwerth, von 1996 bis 2020 Geschäftsführendes Präsidiumsmitglied und Hauptgeschäftsführer des Gesamtverbandes der Deutschen Versicherungswirtschaft (GDV), wurde im Juni auf Vorschlag des AGV zum stellvertretenden Mitglied des Vorstandes der Deutschen Rentenversicherung Bund gewählt. Dort wirkt er unter anderem als ordentliches Mitglied im Personalausschuss, im Organisations- und Bauausschuss sowie im Ausschuss zur Prüfung der Jahresrechnung des Vorstandes.

Die Deutsche Rentenversicherung Bund ist mit Abstand der größte der 16 deutschen Rentenversicherungsträger. Sie ist zuständig für 23,5 Millionen Versicherte, darunter rund zehn Millionen Rentner, beschäftigt knapp 25 000 Mitarbeiterinnen

und Mitarbeiter und verfügt mit rund 160 Milliarden Euro über den zweitgrößten öffentlichen Haushalt nach dem Bundesetat.

Neben seinem Mandat bei der Deutschen Rentenversicherung Bund vertritt Jörg von Fürstenwerth die Arbeitgeber im Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss (EWSA) und ist stellvertretender Vorsitzender des Kuratoriums der Stiftung



Jörg von Fürstenwerth

„Erinnerung, Verantwortung und Zukunft“, deren Aufgabe es ist, Überlebende nationalsozialistischer Verfolgung zu unterstützen und das Engagement ihrer Nachkommen zu stärken. ▾

Mir ist im Traum ein Döner erschienen

Im Übereinkommen Nr. 140 der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) über bezahlten Bildungsurlaub vom 24. Juni 1974 hatte sich die Bundesrepublik Deutschland völkerrechtlich verpflichtet, einen bezahlten Bildungsurlaub zum Zwecke der Berufsbildung, der allgemeinen und politischen Bildung sowie der gewerkschaftlichen Bildung einzuführen. Da der Bund allerdings durch die Kulturhoheit der Länder keine Bildungshoheit hat, waren die Bundesländer am Zuge. Mit Ausnahme von Bayern und Sachsen haben mittlerweile alle Bundesländer durch Landesgesetz den Arbeitnehmern einen Anspruch auf die Gewährung von Bildungsurlaub eröffnet. In der Stadt Berlin beispielsweise beträgt der Anspruch auf Bildungszeit der Arbeitnehmer mit Vollzeitvertrag fünf Arbeitstage innerhalb eines Kalenderjahres. Im Vorgriff auf die Bildungszeit im folgenden Kalenderjahr kann eine Zusammenlegung des Anspruchs auf zehn Arbeitstage erfolgen.

Normalerweise setzen sich in erster Linie Arbeitgebervertreter kritisch mit der „Institution“ Bildungsurlaub auseinander. Am 5. Mai tat dies interessanterweise auch Lorenz Maroldt, der Chefredakteur des *Tagesspiegel*, in seinem täglich erscheinenden Newsletter *Tagesspiegel Checkpoint*:

So, Hände hoch: Wer kommt mit auf Bildungsurlaub?

Oh, sorry, das heißt ja jetzt „Bildungszeit“. Urlaub klang dem Senat zu sehr nach ... naja, eben nach Urlaub, **nach zehn Tagen zusätzlichem, bezahlten Urlaub** alle zwei Jahre. Jetzt also „Bildungszeit“ (Hinweis für Neuberliner: Der Begriff war frei, weil die Schulzeit in Berlin seit Einführung der Vergleichstests **nicht mehr als Bildungszeit gilt**). Ok, egal - mal sehen: Wo lassen wir uns denn mal so richtig schön anerkannt weiterbilden (kurzer Blick auf die 4387 Angebote) ...

... na, hier haben wir doch schon was: „**Auszeit auf Gran Canaria**“, 5 Tage Yoga und Meditation in Playa del Ingles. Oder vielleicht lieber den „**Gleitschirm-Kombikurs**“, acht Tage an der Rhön? Auch eine Reise nach Havanna ist im zusätzlich bezahlten Bildungszeitbudget, das Thema hier: „**Wie sich der karibische Sozialismus neu erfindet**“. Die übrigen Tage geht's an die Ostsee zum Seminar „**Dänisch für Segler:innen**“, nach Rheinsberg im Flecken Zechlin zum „**Gourmet-Basenfaste**n“ oder in die Bembel-Hauptstadt Wiesbaden für den Kurs „**Der Clown - die Lust am Scheitern**“.

Was leider nicht geht: Einen Tag bezahlte Bildungszeit zu nehmen für den Besuch **der wichtigsten Messe für digitale Kommunikation**, der „re:publica“ re-publica.com/de (8. bis 10. Juni, Arena Berlin) - die Veranstalter bemühen sich seit Jahren vergeblich um die Anerkennung als Bildungsanbieter. Wir haben mal nachgefragt, warum das so ist - **hier die Antwort des Senats:** „**Es muss eine durchgehende Inter-**

aktion sowohl zwischen Lehrenden und Lernenden als auch zwischen den Lernenden **gewährleistet sein**. Der Veranstalter hat in seinem Antrag eine Teilnehmezahl von 7000 Personen angegeben, die **in unterschiedlichen Foren individuell interagieren** können. Eine durchgehende Interaktion im Sinne des Berliner Bildungszeitgesetzes **ist damit nicht gewährleistet**.“

Aha! **Ganz im Gegensatz also** zur Meditation auf den Kanaren („**Ommm...**“), dem Gleitschirmflug über der Rhön („**Hm, wo isser hin?**“) oder dem Gourmet-Basenfaste („**Mir ist im Traum ein Döner erschienen**“). Tja, und wieder was dazugelernt: Das Internet hat nichts mit Interaktion zu tun, und in Playa del Ingles **wird bei der Meditation die ganze Zeit nur gequasselt**. Oder hatten Sie das schon gewusst? Na also. Aber kommen Sie jetzt nicht auf die Idee, **die Checkpoint-Lektüre als Bildungszeit abzurechnen** - obwohl wir ja hier in Berlin die wahren Experten für die „**Lust am Scheitern**“ sind (nächster Kurs gleich morgen früh um 6 Uhr).

„Natürlich wird kein Trommelkurs auf Gomera genehmigt“

Bundesarbeitsminister Hubertus Heil (SPD) plant eine **neue Bildungszeit**: Beschäftigte sollen sich eine Auszeit von bis zu einem Jahr nehmen können, in Teilzeit sogar bis zu zwei Jahren, in der sie sich beruflich fortbilden können. Es müsse immer ein Bezug zum Job vorhanden sein. Den Lohnausfall soll die Bundesagentur für Arbeit ersetzen, 60 Prozent des bisherigen Gehalts bzw. 67 Prozent, wenn man Kinder hat. Allerdings soll es keinen Rechtsanspruch auf Bildungszeit geben, der Arbeitgeber muss der Auszeit zustimmen. „**Natürlich wird bei der Bildungszeit kein Trommelkurs auf Gomera genehmigt werden**“, sagte Heil wörtlich. Anmerkung von vis a vis: Zwischen dem Trommelkurs auf Gomera und einer Weiterbildung mit Bezug zum Job ist ein weites Feld für Missbrauch ... ▽



ZUM SCHMUNZELN ... ODER AUCH NICHT

Lieber keine Geburtstagsfeier im Büro „verordnen“

Die Süddeutsche Zeitung berichtete am 28. April über folgenden Vorgang aus dem US-Bundesstaat Kentucky:

Kevin Berling wollte an seinem Geburtstag einfach nur zur Arbeit gehen und seine Aufgaben erledigen. Doch sein Arbeitgeber hatte andere Pläne: Ballons, Snacks und Gesang. Dabei hatte Berling extra noch darum gebeten, dass für ihn keine Feier organisiert werden möge. Im Zentrum der Aufmerksamkeit zu stehen, bedeute für ihn „großen Stress“. Als die Party wider Willen stattfand, bekam er eine Panikattacke. Doch statt sich zu entschuldigen, stellten ihn seine

Vorgesetzten zur Rede und warfen ihm vor, er nehme den Kollegen jeden Spaß, wenn er sich so verhalte. Dieser emotionale Druck habe zu einer weiteren Panikattacke geführt, sagt Berling. Die Reaktion seines Arbeitgebers: Er warf ihn wegen ungebührlichen Verhaltens raus.

Berling zog vor Gericht und bekam nun vorerst recht: Eine Jury am Kenton County District Court in Kentucky sprach ihm insgesamt 450 000 US-Dollar zu, unter anderem wegen der erlittenen Scham und der emotionalen Belastung. Das Unternehmen kann die Entscheidung noch anfechten. ▽



Foto: Adobe Stock/ty

3

HR-ZAHLEN AUS DER VERSICHERUNGSWIRTSCHAFT

Obwohl die Unternehmen nicht mehr gesetzlich dazu verpflichtet sind, gelten bei den meisten Gesellschaften weiterhin pandemiespezifische Schutzmaßnahmen:

- ① **Fünf Prozent** der Häuser behalten ihr pandemiespezifisches Hygienekonzept vollständig bei, während beim Großteil der Versicherer nur noch ausgewählte Schutzmaßnahmen durchgeführt werden.
- ② **Dreiviertel dieser Unternehmen** bieten weiterhin ein betriebliches Testangebot an, **die Hälfte** setzt auf Abstandsregeln, und **30 Prozent** behalten die Maskenpflicht in ausgewählten Bereichen bei.
- ③ **Über 30 Prozent** der Gesellschaften beabsichtigten, ihre Infektionsschutzmaßnahmen vollständig abzuschaffen.

Das sind die Ergebnisse einer AGV-Kurzumfrage, die Ende Mai durchgeführt wurde.



WUSSTEN SIE SCHON, DASS ...

► ... SAP den sogenannten „Focus Friday“ eingeführt hat? Freitags soll es bei SAP so wenig wie möglich Meetings geben, um den Mitarbeitern „mehr ungestörte, fokussierte Arbeitszeit einzuräumen und das Stresslevel zum Ende der Woche hin zu reduzieren“. Der Freitag könne „auch für Weiterbildung und Entwicklung genutzt werden“. Wenn es allerdings um geschäftskritische Dinge geht, dürfen Meetings nach wie vor auch freitags stattfinden.



Foto: Adobe Stock/Wavebreakmedia/Micro

EINE BRANCHE MACHT BILDUNG



Ab August lernen Versicherungs-Azubis anders

Am 1. August werden rund 5 000 junge Menschen von engagierten Ausbilderinnen und Ausbildern der Branche begrüßt. Die neue Azubi-Generation lernt ab dem 1. August nach Maßgabe einer modernisierten Ausbildungsverordnung, die den leicht veränderten Titel Kaufmann/Kauffrau für Versicherungen und Finanzanlagen trägt.

Das BWV hat die Neuordnung für die Arbeitgeberseite angestoßen und mit der Dienstleistungsgewerkschaft ver.di entwickelt. „Wir sind stolz, dass es uns gelang, in virtuellen Sitzungen vergleichsweise zügig zu einem so guten

Ergebnis zu kommen. Zeitweise haben rund 100 Bildungsverantwortliche mitgewirkt“, so Katharina Höhn, Geschäftsführendes Vorstandsmitglied des BWV.

Und das sind die Neuerungen

Ein für alle Auszubildende verpflichtender Kern umfasst insbesondere digitale Kompetenzen, moderne Arbeits- und Projektmethoden und eine ganzheitliche, nachhaltige Beratung. Darauf aufbauend ermöglichen fünf Wahlqualifikationen eine Spezialisierung für spätere Tätigkeitsfelder. Zum ersten Mal können beispielsweise IT-affine Auszubildende sich

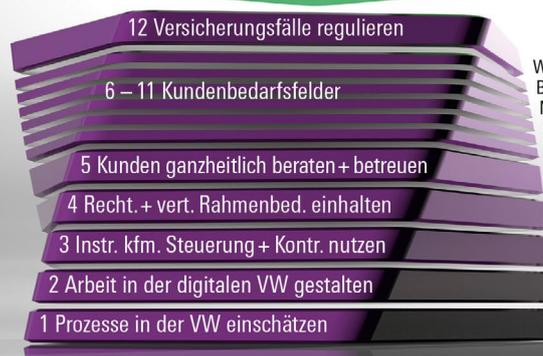
auch für Aufgaben an der Schnittstelle zwischen der IT und dem versicherungsfachlichen Bereich qualifizieren. Darüber hinaus wurde auch die Prüfungsstruktur verändert: Mit der sogenannten „gestreckten Abschlussprüfung“ werden alle schriftlichen Teilleistungen in die Abschlussnote einfließen.

Das BWV informiert alle Ausbilder, Prüfer und Lehrer zum neuen Berufsbild in Online-Meetings. Alle Infos gibt es unter kvf-guide.bwv.de. Dort kann man sich auch zu den Infoveranstaltungen anmelden. ▽

Wahlqualifikationen (1 aus 5)



Berufsbildpositionen



Wohnen + Wohneigentum
Berufsausübung + Freizeitgestaltung
Mobilität + Reisen
Gesundheitsförderung, Krankheits- u. Pflegeabsicherung
Altersvorsorge + Vermögensbildung
Einkommensabsicherung + Hinterbliebenenversorgung

5

ZAHLEN AUS DER PRIVATEN KRANKENVERSICHERUNG



- ① Privatversicherte finanzieren mit ihrem sogenannten „**Mehrumsatz**“ das Gesundheitssystem überproportional mit. 2020 wurde im Gesundheitswesen durch die Behandlung von Privatversicherten ein „Mehrumsatz“ von **11,53 Milliarden Euro** erwirtschaftet. Ohne Privatpatienten gingen dem Gesundheitssystem also jedes Jahr über 11,5 Milliarden Euro verloren. Von diesem „Mehrumsatz“ profitiert die ambulante und ärztliche Versorgung in Höhe von rund **6,37 Milliarden Euro**, das sind durchschnittlich **55 416 Euro** je Arztpraxis.
- ② Die Zahl der privaten Krankenvoll- und -zusatzversicherungen wächst ständig – allein im Jahr 2021 um fast eine Million Versicherungsverträge auf **37,12 Millionen Policen**.
- ③ Bei den Wanderbewegungen zwischen den Systemen schneidet die private Krankenversicherung (PKV) gut ab: 2021 wechselten **122 900 Menschen** von der PKV zur gesetzlichen Krankenversicherung (GKV), aber **146 500 Menschen** von der GKV in die PKV-Vollversicherung. Positiver Saldo: **23 600 Personen**
- ④ Die Altersrückstellungen der PKV haben die 300-Milliarden-Euro-Grenze überschritten. **301,9 Milliarden Euro** waren es 2021 – trotz Niedrigzinsphase. PKV-Vorsitzender Ralf Kantak: „Die PKV ist ausfinanziert.“
- ⑤ Auch die Beitragseinnahmen erreichten mit **45,35 Milliarden Euro** in 2021 einen neuen Höchststand. Das sind **5,7 Prozent** mehr als 2020.



Foto: Adebbe Stock/Phongsakorn

GEDACHT ... GESAGT ...

„Statt zu klagen, dass wir nicht alles haben, was wir wollen, sollten wir dankbar sein, dass wir nicht alles bekommen, was wir verdienen“

Dieter Hildebrandt,
deutscher Kabarettist,
Schauspieler und Autor
(1927 - 2013)

AUSGEZEICHNET



IMPRESSUM

Herausgeber: Arbeitgeberverband der Versicherungsunternehmen in Deutschland | Arabellastraße 29 | 81925 München | Tel. 089-92 20 01-0 | visavis@agv-vers.de | www.agv-vers.de

Verantwortlich für den Inhalt: Dr. Michael Niebler | Redaktion: Dr. Michael Niebler, Dr. Michael Gold, Betina Kirsch, Julia Blank, Kerstin Römelt und Sabine Freund

Konzeption: Kay Krüger Kommunikation | c/o BRmedia | Hopfenstr. 4 | 80335 München | Tel. 089-97 89 55 04 | Gestaltung: Herbert Schmid | Vierkirchener Str. 2 | 85256 Giebing | Tel. 0 81 37-38 83

visavis erscheint alle zwei Monate als Printprodukt.

Auf Wunsch (visavis@agv-vers.de) übermitteln wir Ihnen visavis auch per Mail.

Der Arbeitgeberverband der Versicherungsunternehmen in Deutschland vertritt auf Bundesebene und im internationalen Bereich die Interessen aller der Unternehmen, die im privaten Versicherungsgewerbe in Deutschland Arbeit anbieten. Diese Unternehmen beschäftigen zusammen aktuell rund 203 000 Mitarbeiter. Der Bezugspreis für die Verbandszeitschrift visavis ist im Mitgliedsbeitrag enthalten. Nachdruck – auch auszugsweise – nur mit Genehmigung des Herausgebers.