

Nachwuchsmangel aufgrund mangelhafter Stellenanzeigen?

Stellenanzeigen für den Versicherungsvertrieb sind nicht aussagekräftig genug, um die angebotene Stelle beurteilen zu können. Dies ist ein zentrales Ergebnis einer Untersuchung der FH Dortmund und der Versicherungsforen Leipzig.

Ein funktionierendes Vertriebsmanagement ist der Schlüssel zum Unternehmenserfolg und damit weit oben immer auf der Agenda von Versicherern und Maklern. Ein schlechtes Image sowie die deutliche Überalterung der Vermittlerschaft führen zu einem spürbaren Nachwuchsmangel in der Branche. Die offenen Stellen attraktiv darzustellen, ist Aufgabe der Versicherungsunternehmen. Ob sie das wirklich tun, untersuchte Prof. Dr. Matthias Beenken von der Fachhochschule Dortmund gemeinsam mit den Versicherungsforen Leipzig.

Anhand zweier zentraler Hypothesen wurde untersucht, ob die Personalwerbung für Vertriebspositionen noch mit den heutigen Anforderungen an die Stelle des Versicherungsvermittlers kompatibel ist, und ob Versicherer ihre Personalwerbung im Vergleich auch zu anderen Dienstleistungsbranchen attraktiv genug gestalten.

Für die Studie wurde eine Zufallsstichprobe von 85 Stellenanzeigen für Vertriebspositionen aus Versicherungs-, Finanzdienstleistungs- und sonstigen Dienstleistungsunternehmen untersucht. Dabei handelte es sich überwiegend um selbstständige Vertriebspositionen auf Basis eines Handelsvertretervertrags nach § 84 HGB, teilweise auch um angestellte Positionen.

Es zeigte sich, dass Stellenausschreibungen von Versicherern häufig nicht aussagekräftig genug sind, um die Stellen angemessen bewerten zu können. Fast nie wird die Perspektive einer abwechslungsreichen Tätigkeit hervorgehoben. Auch die Selbstständigkeit und andere Karrieremotive werden eher selten in den Fokus gerückt. In der Regel werben Versicherungsunternehmen hingegen mit dem attraktiven Einkommen, das Bewerber erwartet. „Das steht in einem gewissen Widerspruch zur empirischen Wirklichkeit, nach der jeder zweite selbstständige Versicherungsvermittler kein Einkommen erzielt, das gemessen an vergleichbaren Angestelltentätigkeiten, zum Beispiel im Versicherungsinendienst, zufriedenstellend ist“, so Studieninitiator Beenken. „Außerdem spricht das Motiv ‚viel Geld verdienen‘ die jüngeren Generationen kaum noch an, denen das Einkommen zwar nicht unwichtig, aber eine erfüllende und sinnstiftende Tätigkeit viel wichtiger ist.“ Die von der Tätigkeit geforderten Kompetenzen sowie Informationen über die Arbeitsbedingungen werden jedoch nicht immer ausgewiesen.

Auffällig ist zudem, dass Anzeigen von Versicherern typischerweise keine oder nur sehr vage Anforderungen an die fachlichen, methodischen und sozialen Kompetenzen der Bewerber formulieren. „Es entsteht der Eindruck, dass der Versicherungsverkauf keine besonderen Anforderungen stellt und für Jedermann leicht erlernbar ist“, so Sascha Noack, Kompetenzfeldleiter Versicherungsvertrieb bei den Versicherungsforen Leipzig. „Dabei sind Beratung und Vermittlung beispielsweise durch die Vermittlerregulierung, die enorme Angebotsvielfalt, sich ständig ändernde rechtliche Vorgaben, Niedrigzins-bedingte Veränderungen von Vorsorgestrategien oder eine komplexe Besteuerung von Altersvorsorgeprodukten eine hoch anspruchsvolle Tätigkeit.“

Im Vergleich zu den untersuchten Stellenanzeigen der anderen Branchen zeigt sich, dass Anzeigen sehr viel konkreter formuliert werden können und dadurch eher dazu anregen, sich mit der angebotenen Position zu beschäftigen. „Bei Versichereranzeigen entsteht teilweise der Eindruck, dass gar keine konkret frei gewordene Agentur beworben wird, sondern die Anzeige nur eine Art unverbindlicher Aufforderung zur Kontaktaufnahme darstellt und erst später geprüft

wird, für welche Aufgabe ein Bewerber gebracht wird“, so Noack weiter. „So lustlos würde kein Personalmanager auf die Suche gehen, wenn er eine qualifizierte Stelle im Innendienst auszuschreiben hat“, ergänzt Beenken. „Damit verfestigen Versicherer ohne Not das Klischee, dass Außendiensttätigkeiten einen geringeren Stellenwert aufweisen als solche im Innendienst, wundern sich dann aber über massive Nachwuchsprobleme.“

Aus der Untersuchung ergeben sich einige Handlungsempfehlungen, wie Versicherer ihre Stellenanzeigen für Vertriebsmitarbeiter attraktiver gestalten können. Perspektiven, die die Arbeit als Vermittler bietet, sollten konkreter, inhaltlich gehaltvoller sowie zielgruppenfokussierter sein. Weiter sollten Karrieremöglichkeiten eher in den Vordergrund gestellt werden, als das Einkommen. Die Selbstständigkeit und die Abwechslung, die die Arbeit als Versicherungsvermittler bietet, könnten betont werden. Insgesamt gilt es, die Stelle anspruchsvoller darzustellen und Soft Skills wie Teamfähigkeit hervorzuheben, die gerade bei der jüngeren Generation einen hohen Stellenwert haben.

Ein Foliensatz mit Grafiken und weiteren Informationen zur Untersuchung ist auf Anfrage verfügbar.

Pressekontakt:

Katharina Thiemann

Telefon: +49 341 98988-224

E-Mail: katharina.thiemann@versicherungsforen.net

Unternehmen

Versicherungsforen Leipzig GmbH

Hainstraße 16

04109 Leipzig

Internet: www.versicherungsforen.net

Über Versicherungsforen Leipzig GmbH

Die Versicherungsforen Leipzig verstehen sich als Dienstleister für Forschung und Entwicklung (F&E) in der Assekuranz. Als Impulsgeber für die Versicherungswirtschaft liegt ihre Kernkompetenz im Erkennen, Aufgreifen und Erforschen neuer Trends und Themen, zum Beispiel im Rahmen von Studien und Forschungsprojekten unter unmittelbarer Beteiligung von Versicherern. Basierend auf aktuellen wissenschaftlichen und fachlichen Erkenntnissen entwickeln und implementieren sie zukunftsweisende Lösungen für die Branche. Mit dem speziellen Wissen der Versicherungsbetriebslehre, der Versicherungsinformatik, der Versicherungsmathematik und des Versicherungsrechts schaffen die Versicherungsforen Leipzig die Basis für die Lösung anspruchsvoller neuer Fragestellungen innerhalb der Assekuranz. Zudem ermöglicht die wissenschaftliche Interdisziplinarität und der hohe Praxisbezug einen aufschlussreichen »Blick über den Tellerrand«.