

Von den Problemen, gute Mitarbeiter zu finden

Es ist noch nicht so lange her - acht oder zehn Jahre vielleicht - da war es gar nicht so einfach, als Versicherungskaufmann eine Anstellung im Innendienst zu finden. Heute sieht es ganz anders aus und der Arbeitsmarkt scheint wie leergefegt. Wo sind sie hin, die ganzen Versicherungsfachkräfte?

Sag mir, wo die Versicherungskaufleute sind!

Im Internet werden verschiedene Zahlen aus verschiedenen Quellen genannt, die aber allesamt eine sinkende Anzahl von Angestellten im Versicherungswesen widerspiegeln. Durch immer stärker werdenden Automatismus werden immer weniger Innendienstkräfte benötigt. Stellenabbau wird in der Regel sozialverträglich, z. B. über Ruheständler dargestellt, die nicht ersetzt werden. Die Ausbildung neuer Kollegen findet seit Jahren fast nur noch nach Bedarf statt. In der Folge kommen keine freien neuen Kräfte nach und auch altgediente stehen dem Arbeitsmarkt nicht zur Verfügung.

Folge der Zentralisierungsbestrebungen

Abseits der Großstädte tut sich noch ein weiteres Problem auf: Die dort angesiedelten Bezirksdirektionen u. ä. sind bei den meisten Versicherern bereits vor Jahren aufgelöst worden.

Die dort Beschäftigten sind dem Ruf in die Hauptzentralen gefolgt oder haben bereits anderweitig ihr berufliches Glück gefunden - nicht selten auch in anderen Branchen. Das bedeutet aber nicht, dass es im urbanen Umfeld besser aussähe. Nein, hier stehen die wenigen freien oder wechselwilligen Kräfte einer größeren Zahl potenzieller neuer Arbeitgeber gegenüber. Das entspannt die Lage auch nicht wirklich.

Beim Makler arbeiten?

Als suchender Versicherungsmaklerbetrieb hat man leider noch einen zusätzlichen Nachteil bei der Suche: Bewerber haben keine positiven Erwartungen an die dortige Arbeit, wie bei einem Versicherungsbetrieb. Beim Versicherer gibt es vermutete Sicherheiten, modernes Arbeitsgerät, klar definierte Aufgaben, feste Arbeitszeiten und eine Bezahlung nach dem Tarifvertrag. Allein bei der Vergütung werden Innendienstkräfte im Maklerbüro eher ein paar Abstriche machen müssen. Darüber hinaus kennt man den Betrieb nicht, weiß nicht konkret, welche Tätigkeiten einen erwarten - da scheinen andere Stellenangebote evtl. fast automatisch interessanter.

Machen Sie sich einen Namen als Arbeitgeber!

Einen guten Ruf als patentes Maklerhaus konnten Sie sich durch fachliche Kompetenz, Zuverlässigkeit und Hilfsbereitschaft über die Jahre aufbauen. Das stärkt die Bindung zum Kunden und macht es diesen leicht, Sie zu empfehlen. Für einen höheren Bekanntheitsgrad müssen Sie entsprechende Marketingmaßnahmen ergreifen. Ähnlich ist es auch, wenn Sie Ihr Unternehmen als attraktiven Arbeitgeber ins Gespräch bringen wollen: „Employer Branding“. Wie geht man dies an und schont dabei noch die Finanzen des Unternehmens? Das dürfte nur online gehen - aber auf diesem Weg informiert sich ein potenzieller Bewerber ja ohnehin zuerst über Ihr Haus.

Wir empfehlen mindestens diese Maßnahmen zu treffen:

Bringen Sie Ihr Unternehmen auf eines der Portale zur Arbeitgeberbewertung. Kununu.de dürfte hier das bedeutendste Portal sein, bei dem inzwischen recht automatisch über Firmen recherchiert wird. Bitten Sie Ihr Team um ehrliche Bewertungen. Auf Ihrer Firmenhomepage sollten Sie einen einfach zu findenden Link zu ihrem Firmenprofil setzen. Onlinebewertungen sind

bei Kunden und Bewerbern sehr beliebt und genießen laut verschiedener Studien beinahe dasselbe Vertrauen, wie der Rat eines engen Bekannten.

Betreiben Sie Social Media! Zeigen Sie im Netz, wie es bei Ihnen im Büro zugeht. Dass man es mit ganz normalen Menschen zu tun hat, die auch mal einen Spaß machen. Ein Team, das auch mal einen Geburtstagskuchen miteinander teilt oder nach der Arbeit gemeinsam den Grill anwirft.

Mit beidem gewähren Sie einem potenziellen Bewerber einen Blick hinter die Kulissen und in Ihren Büroalltag. Da man sehr viel Zeit am Tag mit Arbeit verbringt, möchte man sich dort auch wohl fühlen. Das mag manchem auch wichtiger sein als ein paar Euro mehr im Monat.

Sorgen Sie selbst für Nachwuchs!

Ob ein neuer Mitarbeiter ins Team passt und die Erwartungen erfüllen kann, können Sie meist erst nach einigen Monaten und meist auch erst nach Ablauf der Probezeit feststellen. Bis dahin haben Sie bereits viel Geld in „den Neuen“ investiert. Einfacher und weitaus kostenschonender ist es, sich selbst um Teamzuwachs zu kümmern und auszubilden. Vom Start weg können Sie so Ihre Art der Produktauswahl und Ihre Arbeitsweise als „die reine Lehre“ vorgeben und müssen nicht erst alte Überzeugungen beseitigen, die sich über die Jahre angesammelt haben.

Um ausbilden zu können, benötigt mindestens eine Person aus Ihrem Team den sogenannten AdA-Schein, also einen erfolgreichen Abschluss der Ausbildung der Ausbilder vor der IHK. Investitionen in diese Weiterbildung sind Investitionen in die Zukunft Ihres Unternehmens! Geben Sie diesem Teammitglied dann auch die nötigen Freiräume, um dem Ausbildungsauftrag vernünftig nachkommen zu können. All das macht einen Azubi später nach Übernahme zu einem ernstzunehmenden Kollegen, der seinen Beitrag leisten kann.

Bei der Auswahl eines Auszubildenden können wir Ihnen keine konkreten Empfehlungen machen. Man könnte behaupten, dass Wirtschaftsschüler oder Realschüler aus dem wirtschaftlichen Zweig vermutlich mit einem kaufmännischen Grundverständnis ausgestattet wurden und Gymnasiasten oft Probleme mit dem Prozentrechnen haben. Man könnte aber ebenso gut behaupten, dass Gymnasiasten vermeintlich einfacher mit theoretischem Lernstoff zurechtkommen. Letztlich kommt es aber nur darauf an, wen Sie im Vorstellungsgespräch am Tisch haben. Vertrauen Sie einfach auf Ihr Bauchgefühl.

Die VEMA eG unterstützt ihre Partnerbetriebe bereits seit einigen Jahren mit einem speziellen Ausbildungsprogramm, das seinesgleichen sucht: Der VEMA-Azubiwelt. Wir stellen hier Auszubildenden und Ausbildern kostenfrei einen Fundus an Unterlagen, Informationen und Online-Schulungen zur Verfügung. Egal, ob ein Leitfaden zum Einstellungsgespräch gesucht wird oder ein Azubi Informationen zur Hausratversicherung sucht: Dort wird man fündig! Unser Azubi-Forum lädt zum Austausch mit anderen Lehrlingen unserer Partnerbetriebe ein. So können Fragen rund um die Prüfung oder Fallbeispiele unter Gleichen geklärt werden. Es ist uns sehr wichtig, dass die Branche – speziell innerhalb der Gruppe der Versicherungsmakler – hinsichtlich kompetentem Nachwuchs nicht austrocknet. Wir unterstützen die Ausbildungsbestrebungen unserer Partner daher so gut es uns möglich ist. Die VEMA-Azubiwelt ist unser Beitrag für den Ausbildungserfolg Ihrer Auszubildenden und Ihres Betriebs. Auch wir bilden regelmäßig und erfolgreich aus, um unseren Personalbedarf sicher decken zu können. Hilf Dir selbst, dann hilft Dir Gott!

Stefan Sommerer
Vorstand VEMA eG
Unterkonnensreuth 11
95500 Heinersreuth

Pressekontakt:

Eva Malcher

Telefon: 0921/7869483-843

E-Mail: eva.malcher@vema-eg.de

Unternehmen

VEMA Versicherungs-Makler-Genossenschaft e.G

Unterkonnersreuth 29

95500 Heinersreuth

Internet: www.vema-eg.de