

VersicherungsJournal

Der tägliche* Informationsdienst für die Versicherungsbranche
Kompetent. Unabhängig. Kostenlos.

Versicherungsjournal.de, Ausgabe vom 08.12.2008 :
<http://www.versicherungsjournal.de/mehr.php?Nummer=98491>

Traumberuf Versicherungsvermittler?

Eine aktuelle Studie gibt Aufschluss darüber, wie es um die Attraktivität des selbstständigen Versicherungsvertriebs bestellt ist - und was die Versicherer unternehmen müssten, um dies zu ändern.

'Treppenterrier', 'Versicherungsfuzzi', 'Klinkenputzer' - das sind spontane Assoziationen, die Branchenfremden einfallen, wenn sie Begriffe wie Versicherungsvermittler oder Versicherungsvertreter hören. Die Versicherungswirtschaft muss Einiges tun, um ihre Nachwuchsprobleme zu lösen, so eine Botschaft der Studie 'Traumberuf Versicherungsvermittler!' des Kölner Marktforschungs-Instituts Psychonomics AG ["<http://www.psychonomics.de/>"].

Zwei Drittel der Ausschließlichkeits-Vertreter sind mindestens 40 Jahre alt, fast ein Drittel ist über 50 - auch bei Maklern und Mehrfachvertretern dürfte es kaum anders aussehen. Das bedeutet, dass auf die Branche ein erheblicher Nachwuchsbedarf zukommt.

Und das zumal seit Inkrafttreten des Vermittlergesetzes die Nachwuchsgewinnung wegen der erhöhten Voraussetzungen fast zum Erliegen gekommen ist, wie man in der Branche immer wieder hört.

Hohe Einkommen schrecken statt locken

Dazu kommt, dass sich die Einstellungen der jüngeren Generationen von denen älterer unterscheiden. Während beispielsweise früher eine hohe Verdienstmöglichkeit als attraktiv galt, interessiert das heute junge Leute weitaus weniger. Im Gegenteil, die Aussicht auf hohe, erfolgsabhängige Einkommen verbinden sie sogar eher mit Risiko und sehen dies als negativ an, so ein Ergebnis der Studie von Psychonomics.

Dazu wurden 65 Personen mit so genannten Tiefeninterviews ["<http://de.wikipedia.org/wiki/Tiefeninterview>"] sowie weitere 24 Personen in drei Fokusgruppen eingehend befragt. Die Fokusgruppen bestanden jeweils aus einer Gruppe Auszubildenden der Versicherungswirtschaft, erfahrenen Vermittlern sowie Studierenden an Berufsakademien. Zu den Interviewten gehörten auch Studierende anderer als Versicherungs-Wissenschaften, Studienabbrecher, Vertriebsmitarbeiter anderer Branchen sowie Innendienstmitarbeiter.

Ergänzt wurde dies durch Experteninterviews. Daraus ist zwar keine repräsentative, dafür aber eine tief gehende qualitative Studie von über 260 Seiten Umfang entstanden.

So beliebt wie Bestatter und Radrennfahrer

Deutlich wurde, dass Branchenfremde den Beruf des Versicherungsvermittlers mit negativen

Bildern wie Betrug in Verbindung bringen. Unter 100 Berufen, so das Ergebnis einer anderen Studie mit insgesamt rund 20.000 Befragten, die jeweils zwölf Berufe zur Beurteilung vorgelegt erhielten, finden sich Versicherungsvermittler und Versicherungsvertreter unter den zehn unbeliebtesten Berufen.

Damit stehen sie in einer Liga etwa mit Bestattungsunternehmern, Reinigungskräften oder - den Dopingskandalen geschuldet - Radrennfahrern.

Selbst innerhalb der Finanzberufe muss sich die Versicherungswirtschaft sogar Investmentbankern und Steuerberatern geschlagen geben. Ganze 37 Befragte hatten einen Beruf in dieser Branche als erstrebenswert genannt.

Selbst- und Fremdbild fallen auseinander

Das Bild wandelt sich erst deutlich, wenn man in der Branche tätig ist - und sich dort halten kann. Denn Aussteiger haben der Versicherungswirtschaft meist auch nichts Gutes nachzusagen. Prägend ist damit eine außerordentlich hohe Distanz zwischen Selbst- und Fremdbild der Branche.

Wenn dennoch neue Mitarbeiter in den Vertrieb finden, dann meistens getrieben durch die Arbeitsmarktsituation oder als 'Verlegenheitslösung', weil der Traumberuf nicht zugänglich war.

Imagewerbung beginnt in der Schule

Wichtig ist aber auch der Hinweis darauf, dass offenbar auch Empfehlungen durch Verwandte und Bekannte eine wichtige Rolle für die Berufswahl spielen, während die Schule eher selten Aufklärungsarbeit zugunsten der Versicherungsberufe leistet. Dem könnte allerdings durch das Angebot von Schülerpraktika ebenso wie durch Kooperationen zwischen Versicherungswirtschaft und Schule abgeholfen werden.

Die Studie gibt auch weitere Hinweise, welche Chancen auf Personalgewinnung die Branche derzeit noch auslässt. Einen wichtigen Einfluss haben die Arbeit- beziehungsweise Auftraggeber. 'Verlässlichkeit und Vertrauen des Unternehmens in den Vermittler sind entscheidend für dessen Zufriedenheit', so eine zentrale Aussage.

Wichtige Forderungen betreffen auch die Art und Weise, wie Perspektiven im Vertrieb angeboten werden. Dabei sollten Versicherer die Motive beachten, unter denen Bewerber überhaupt bereit sind, sich für eine solche Tätigkeit zu interessieren.

Ausführlich widmet sich die Studie den Rekrutierungsstrategien, wie Versicherer erfolgreich Bewerber gewinnen können, und was sie dabei beachten müssen. Und sind sie einmal gewonnen, sollten sie auch ans Unternehmen gebunden werden. Hier liefern sowohl die Interviews als auch die Ergebnisse aus der Erfolgsfaktoren-Forschung wichtige Hinweise.

Entscheidungsfreiheit achten

So ist Geld, ein guter Bestand und ein positives Image des Versicherers zwar wichtig, reicht aber bei weitem nicht aus, um Mitarbeiter im Vertrieb zu gewinnen und zu halten. Eine ganze Reihe weiterer Faktoren sind nötig, um das entsprechende Klima zu schaffen, in dem Mitarbeiter gerne im Vertrieb tätig werden. Vor allem die Selbstständigkeit und die unternehmerische Entscheidungsfreiheit müssen geachtet werden, so eine Aussage, die sich wie ein roter Faden durch viele der abgedruckten Statements zieht.

Nähere Informationen zu der Studie und den Bezugsmöglichkeiten finden sich auf den Seiten von Psychonomics ["<http://www.psychonomics.de/traumberuf-versicherungsvermittler.pdf>"].

Matthias Beenken

17078, VERS, 08.12.08, Words: 702, NO: 98491

[zurück zur SiTAX Webseite](#)