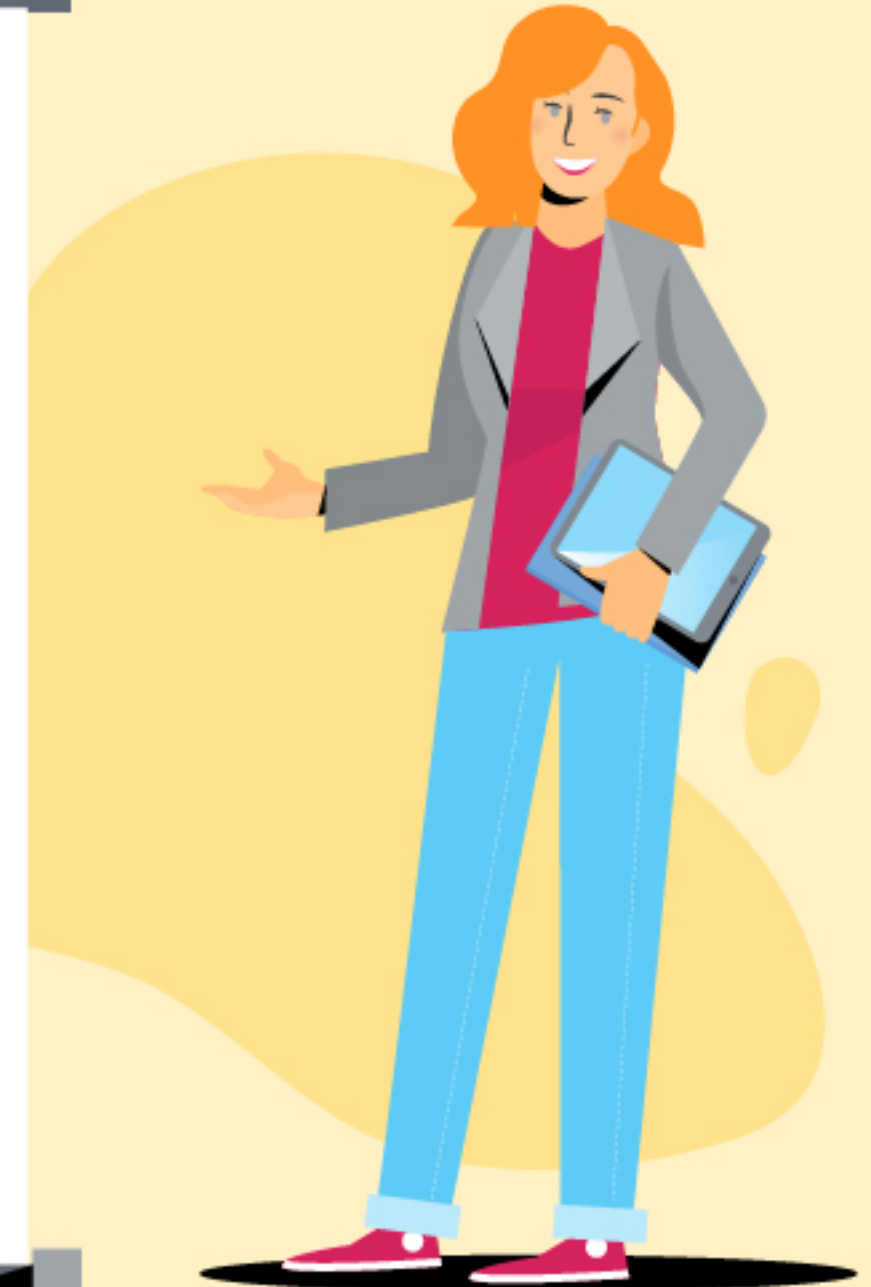
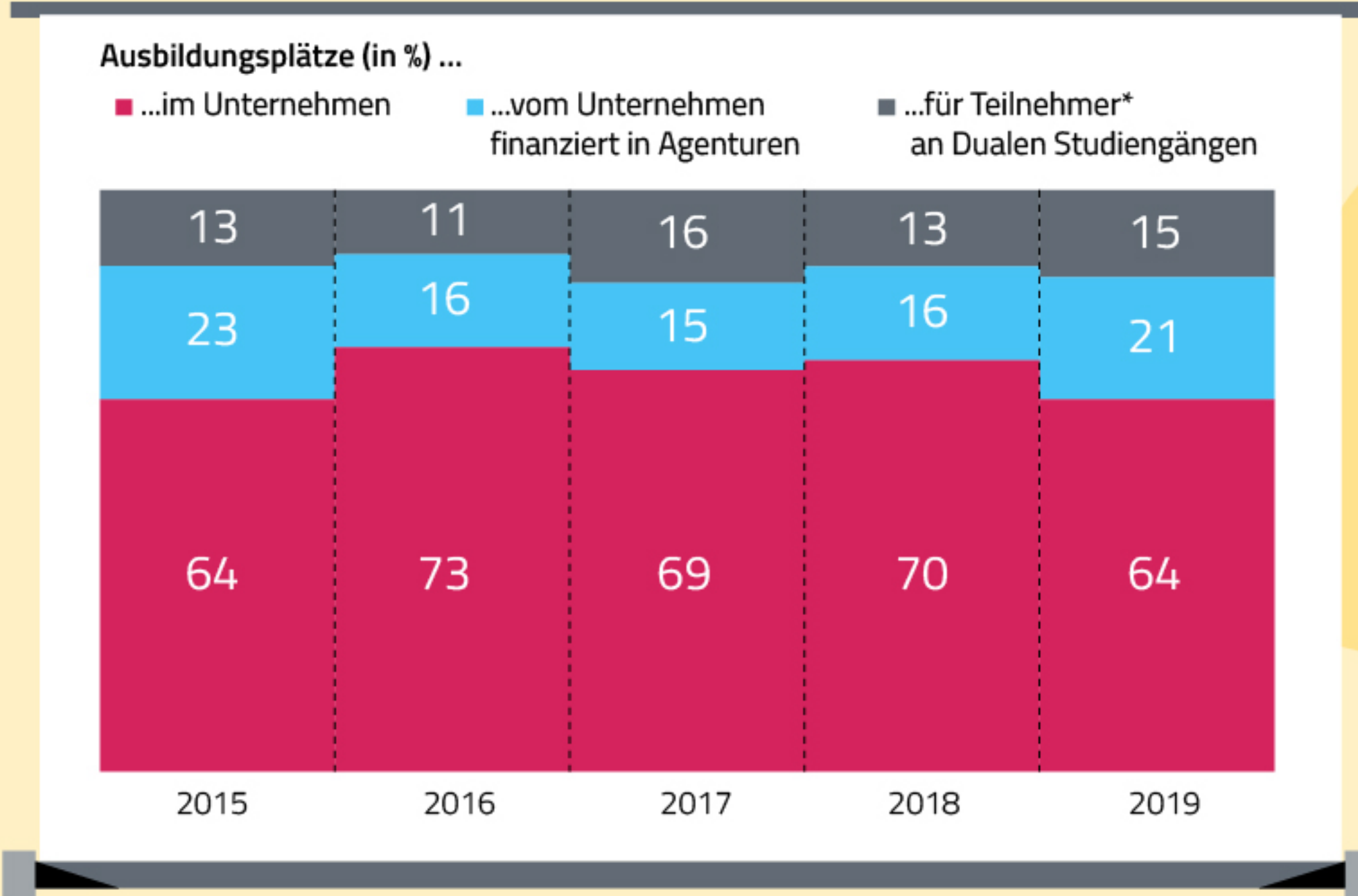


Bildungsumfragen der Versicherungswirtschaft 2020



Ausbildungsumfrage 2020

Entwicklung der Ausbildungswege seit 2015



* Zur besseren Lesbarkeit haben wir auf geschlechtsspezifische Doppelnennungen verzichtet.

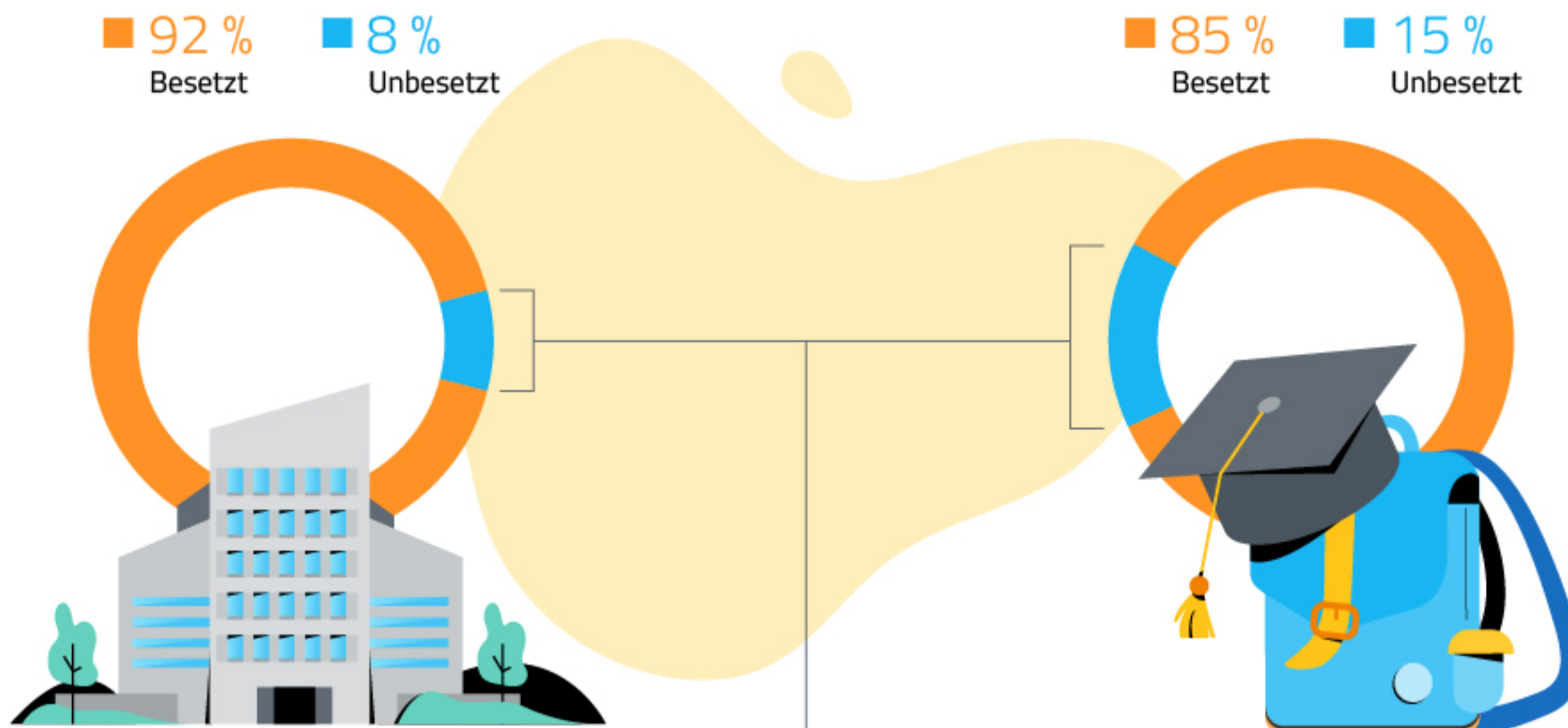
Aufgrund von Rundungen können sich bei Summenbildungen und bei der Berechnung von Prozentangaben geringfügige Abweichungen ergeben.

Die Verteilung der Auszubildenden auf die unterschiedlichen Ausbildungswege ist in den letzten fünf Jahren relativ konstant geblieben. Erkennbar ist, dass die Ausbildung im Unternehmen weiterhin eine große Bedeutung einnimmt.

Berufseinsteiger starten gerne in der Versicherungswirtschaft

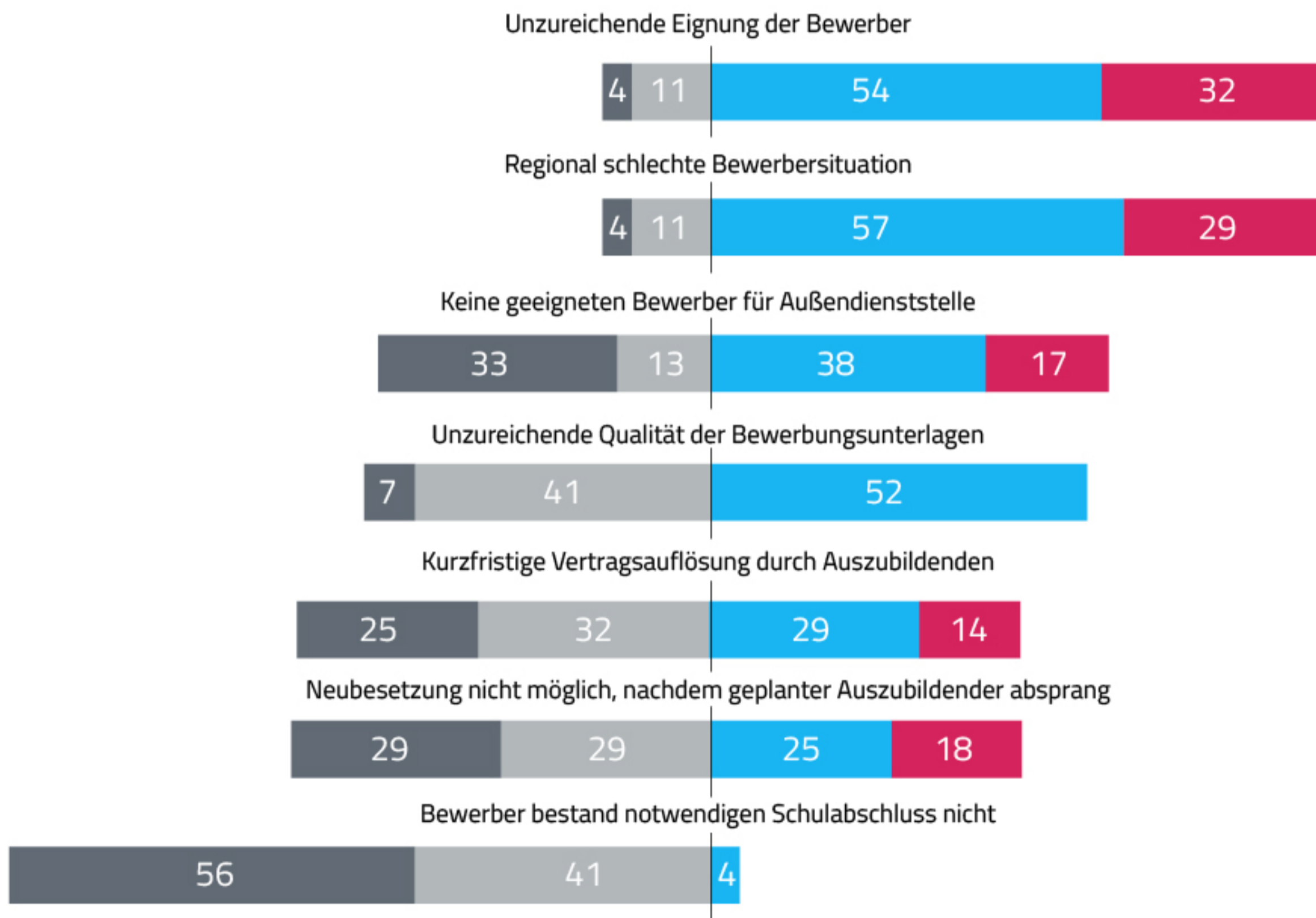
8 % der Ausbildungsplätze unbesetzt

15 % der dualen Studienplätze unbesetzt



Gründe, warum nicht alle Ausbildungsplätze bzw. duale Studienplätze in den Unternehmen besetzt werden konnten (in %)

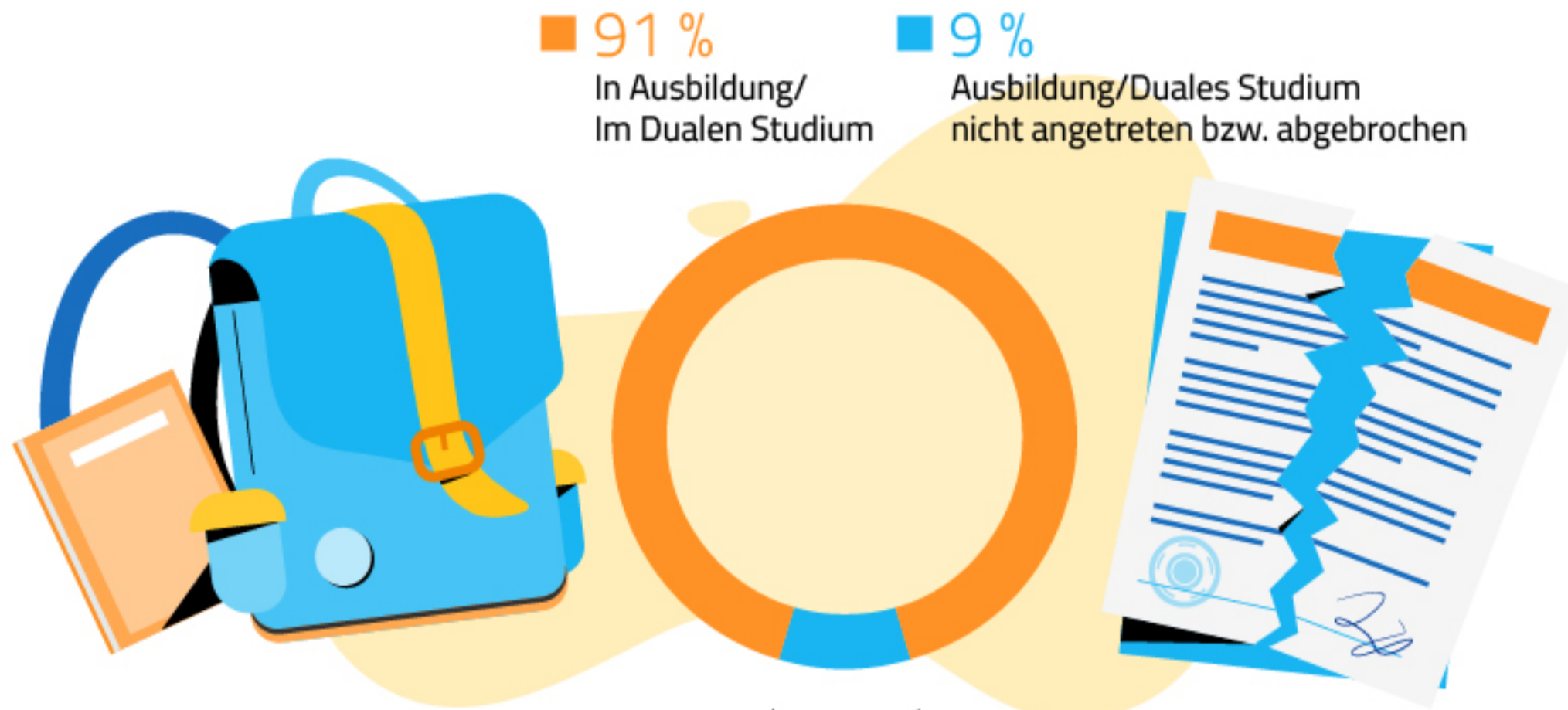
■ Trifft gar nicht zu ■ Trifft eher nicht zu ■ Trifft eher zu ■ Trifft sehr zu



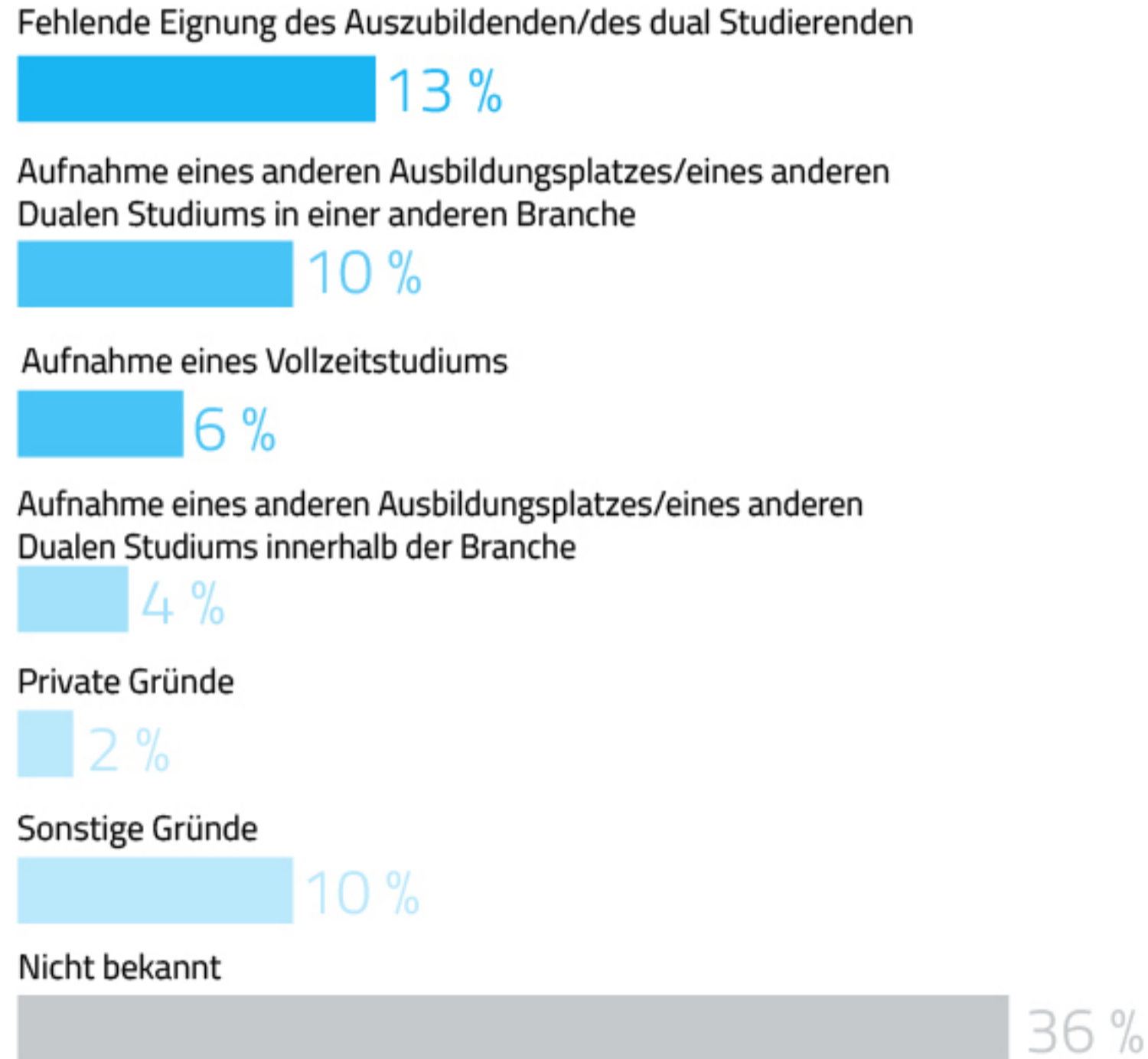
Aufgrund von Rundungen können sich bei Summenbildungen und bei der Berechnung von Prozentangaben geringfügige Abweichungen ergeben.

Fast alle Auszubildenden und dual Studierende bleiben bei ihrer Entscheidung für ein Unternehmen

Nur 9 % der Ausbildungsplätze und der dualen Studienplätze werden nicht angetreten bzw. abgebrochen



Gründe für nicht angetretene bzw. abgebrochene Ausbildungsplätze und duale Studienplätze

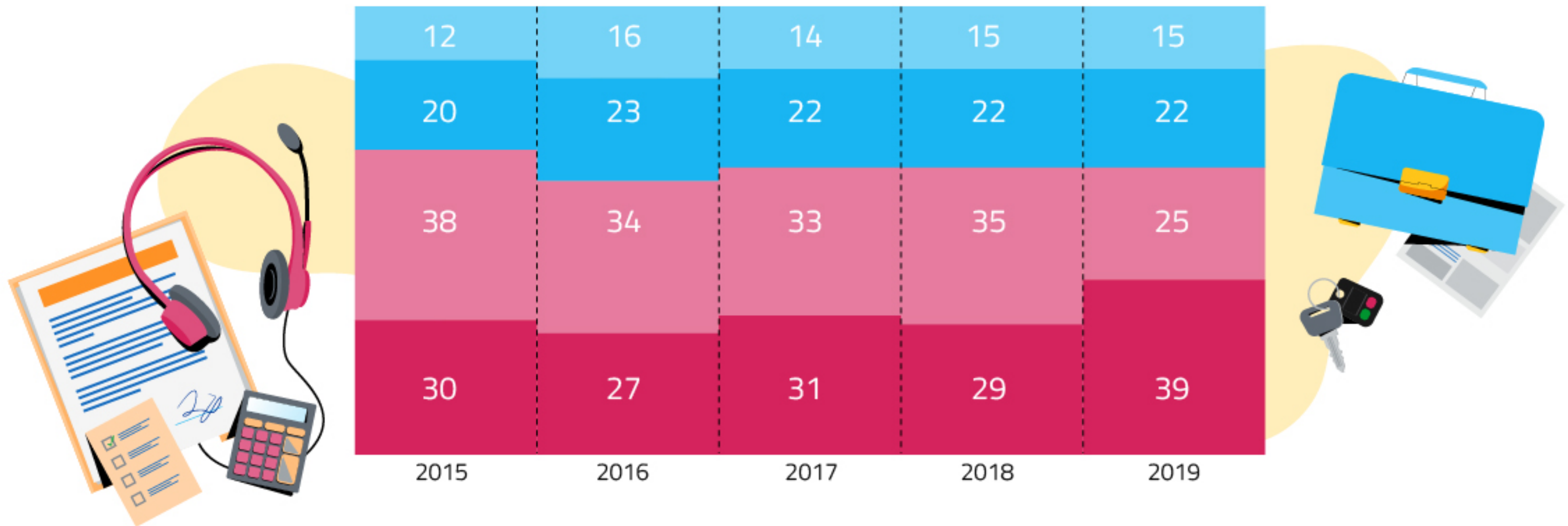


Aufgrund von Rundungen können sich bei Summenbildungen und bei der Berechnung von Prozentangaben geringfügige Abweichungen ergeben.

Rund 60 % der übernommenen Auszubildenden erhalten einen unbefristeten Arbeitsvertrag

Weiterbeschäftigung der übernommenen Auszubildenden (in %)

■ Innendienst unbefristet
 ■ Innendienst befristet
 ■ Außendienst unbefristet
 ■ Außendienst befristet



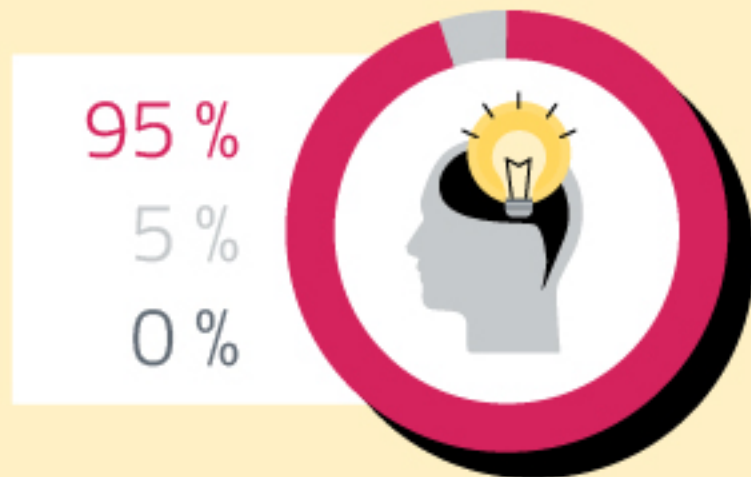
Aufgrund von Rundungen können sich bei Summenbildungen und bei der Berechnung von Prozentangaben geringfügige Abweichungen ergeben.

99 % der Auszubildenden bestanden 2019 die IHK-Abschlussprüfung. 75 % der Auszubildenden werden von den Versicherungsunternehmen übernommen. Fast die Hälfte der nicht übernommenen Auszubildenden macht sich im Außendienst selbstständig.

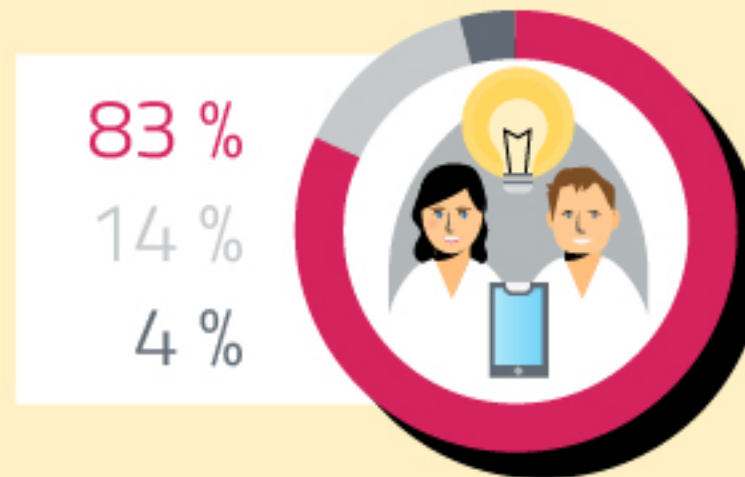
Die Erweiterung der personalen Kompetenz hat in Zeiten der Digitalisierung erste Priorität

Welche Angebote zur Qualifizierung ihres Ausbildungspersonals sind für Unternehmen wichtig?

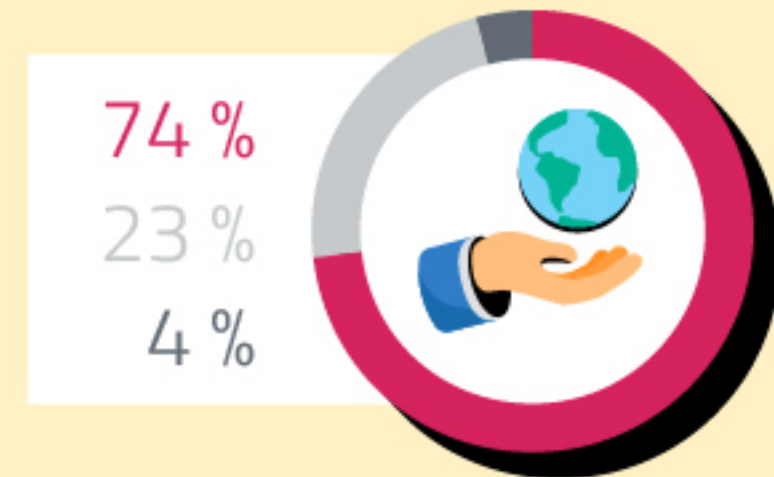
■ Sehr wichtig/Wichtig ■ Eher nicht wichtig ■ Gar nicht wichtig



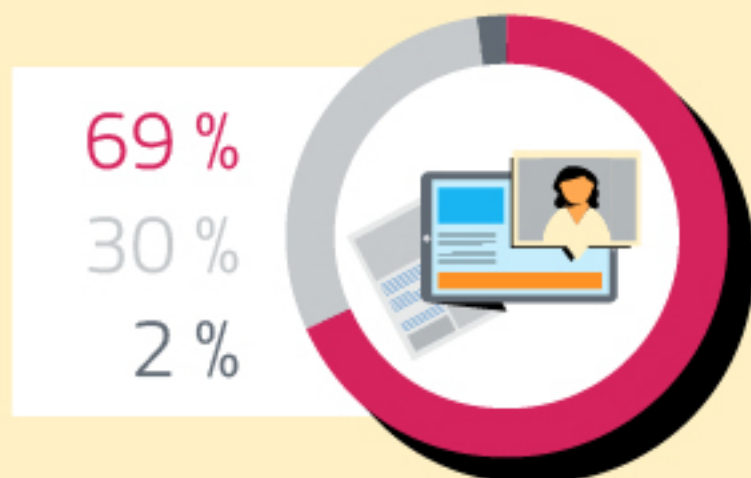
Erweiterung der personalen Kompetenz



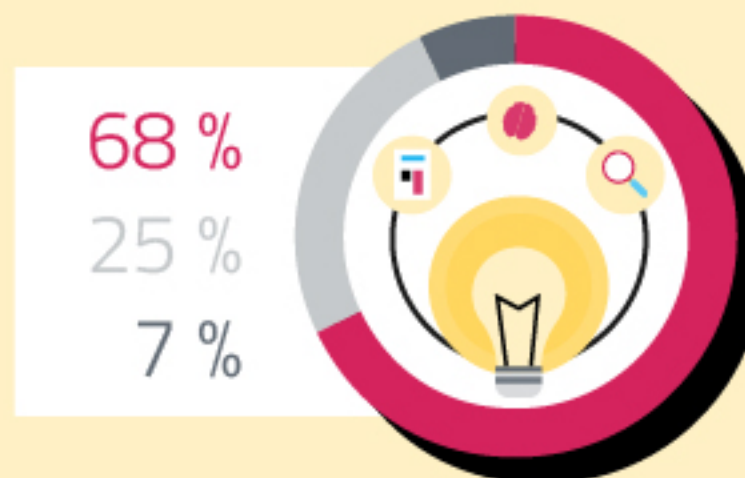
Gewinnbringender fachdidaktischer Einsatz von digitalen Lernangeboten in der Ausbildung



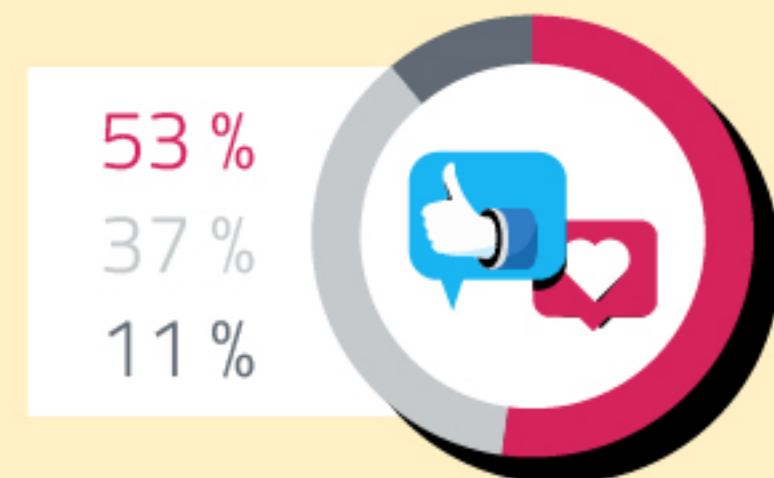
Thema „Werte und Ethik“ in einer schnell sich wandelnden Zeit



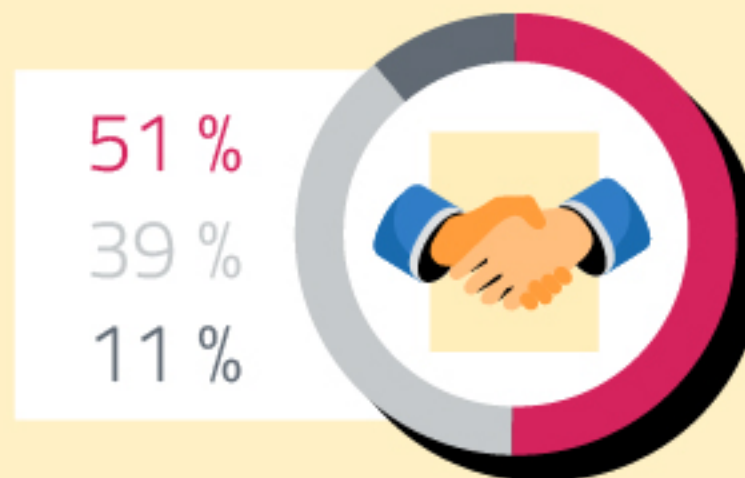
Erstellung von digitalen Lernangeboten



Kennenlernen agiler Arbeits- und Projektmethoden



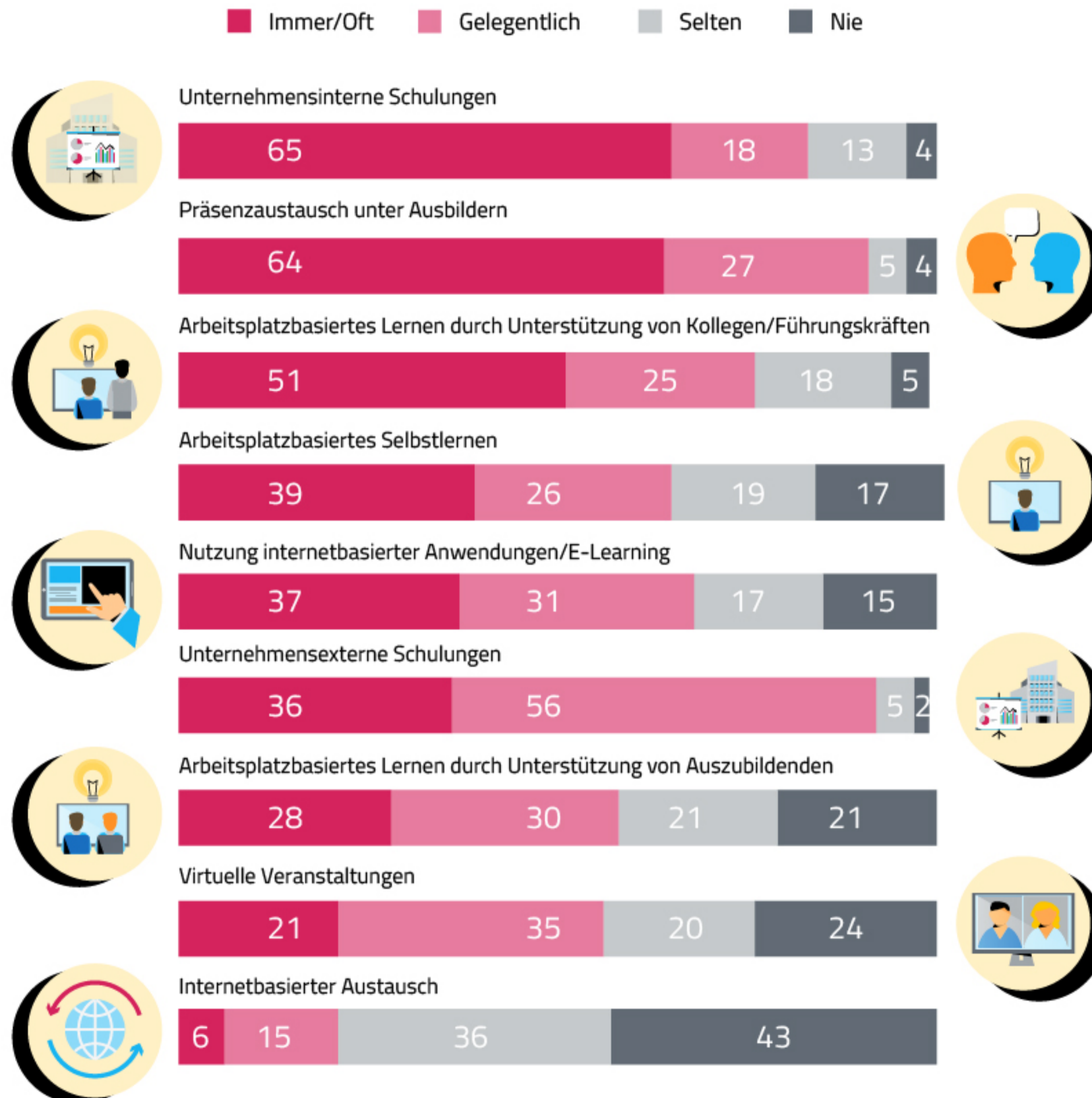
Kennenlernen von Social Media Plattformen



Kennenlernen von Kooperationstools

Klassische Lernformen weiterhin gefragt

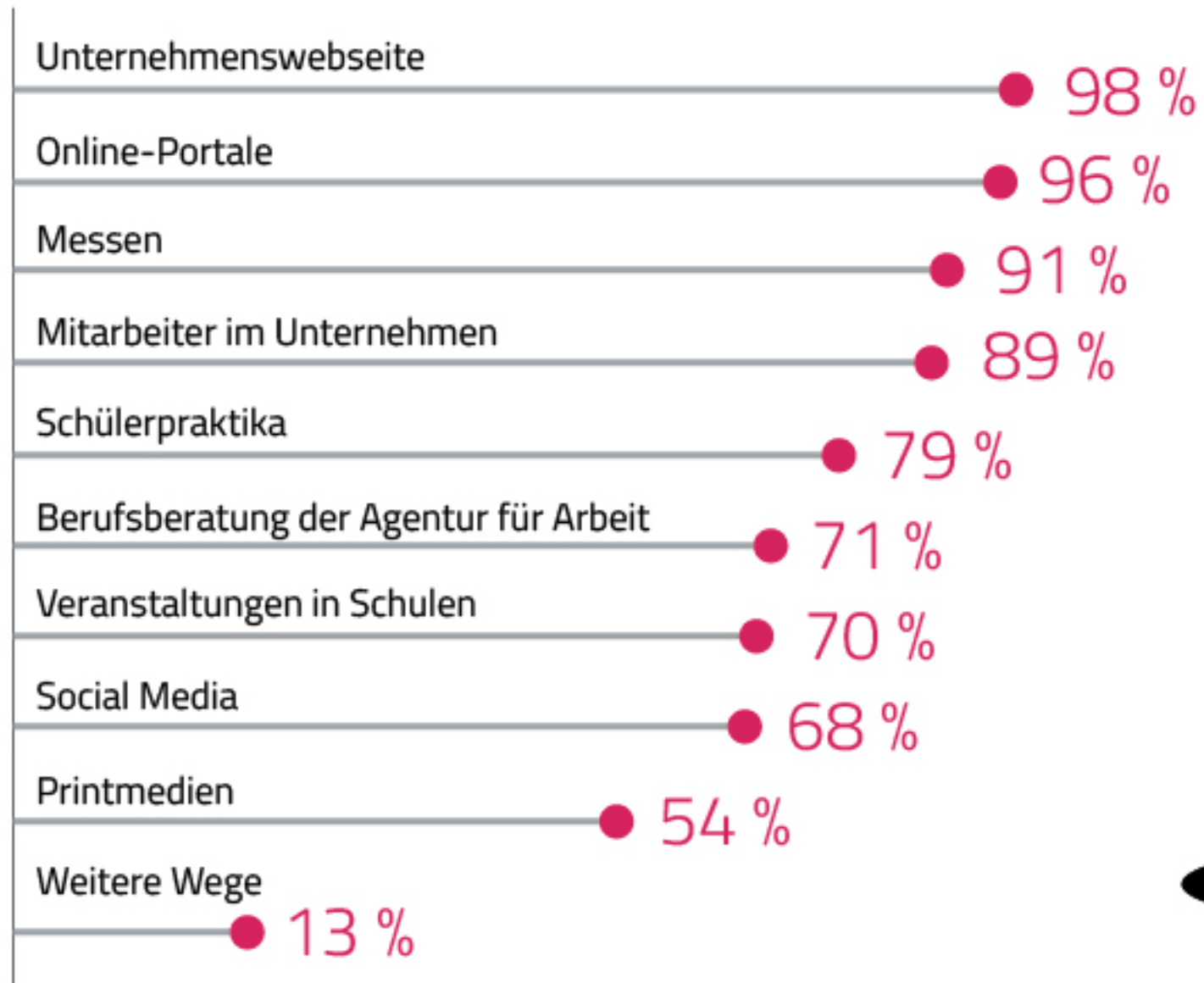
Wie häufig werden welche Wege der Ausbilderqualifizierung im Unternehmen genutzt? (in %)



Aufgrund von Rundungen können sich bei Summenbildungen und bei der Berechnung von Prozentangaben geringfügige Abweichungen ergeben.

Versicherungsunternehmen nutzen eigene Webseite zur Nachwuchsgewinnung

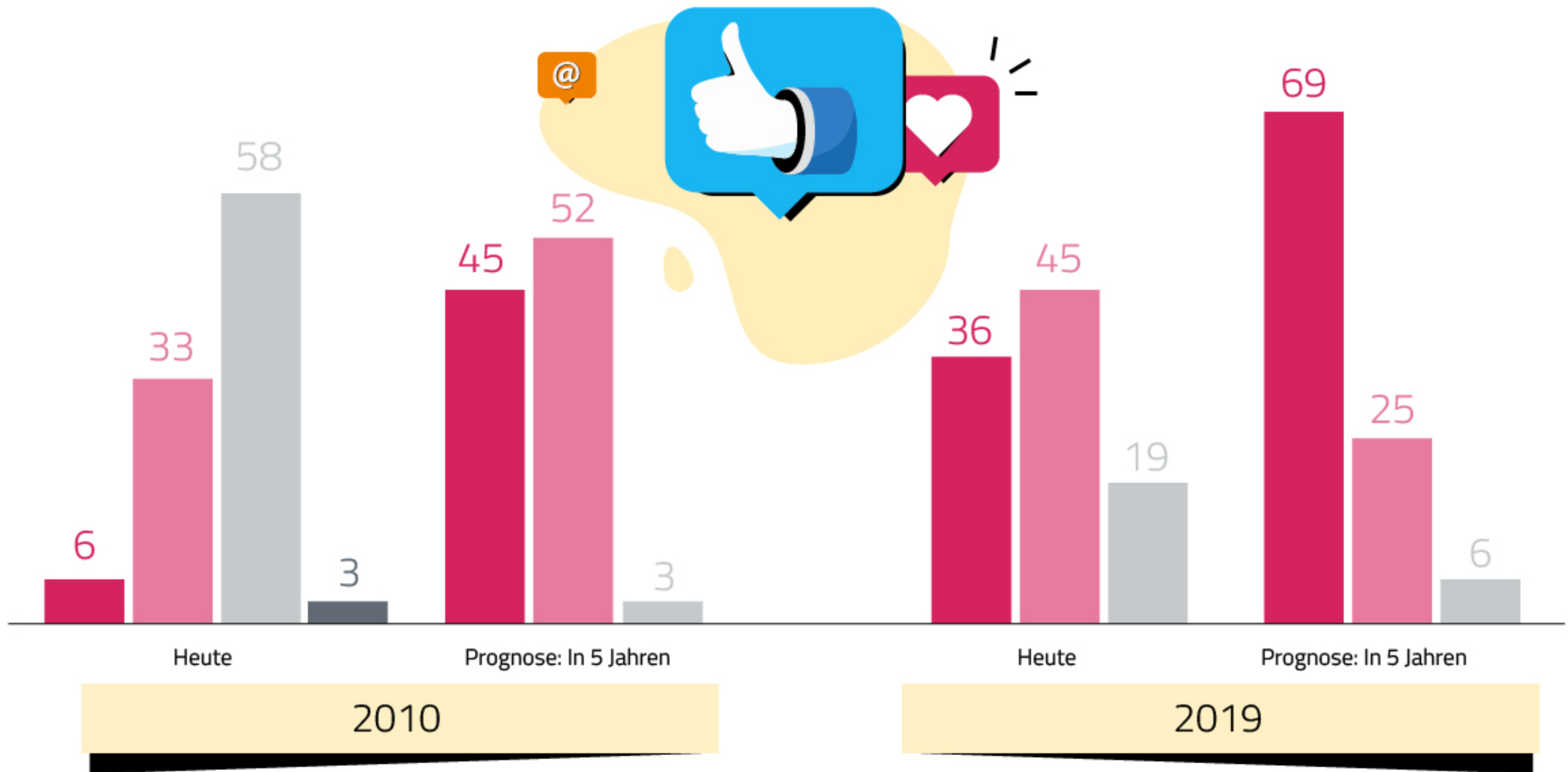
Auf welchen Wegen rekrutieren Unternehmen ihre Auszubildenden für das Berufsbild Kaufmann/Kauffrau für Versicherungen und Finanzen?



Social Media ist wichtig zur Nachwuchsgewinnung

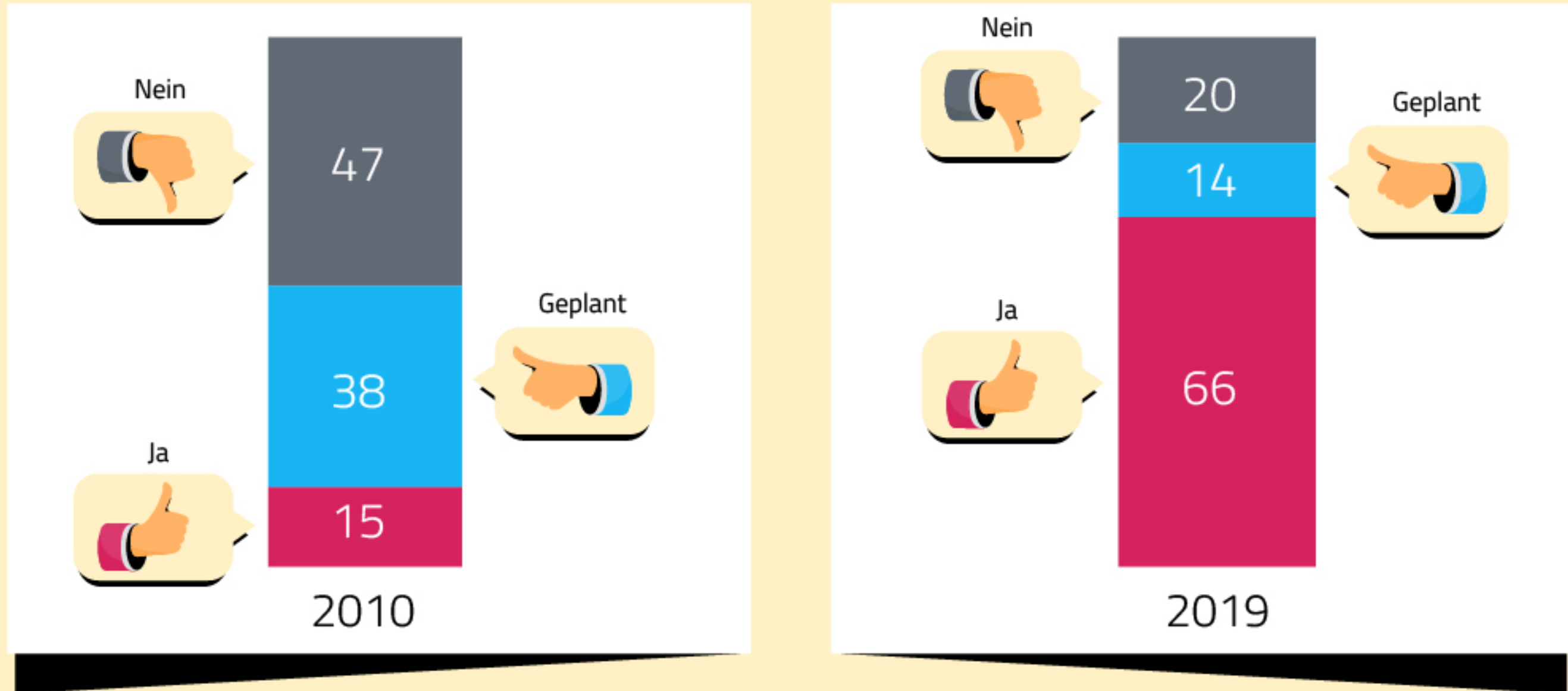
Wie wichtig ist bzw. wird nach Einschätzung der Unternehmen die Nutzung von Social Media im Rahmen des Ausbildungsmarketings für Kaufleute für Versicherungen und Finanzen? (in %)

■ Sehr wichtig ■ Wichtig ■ Eher nicht wichtig ■ Gar nicht wichtig



Zwei Drittel der Versicherungsunternehmen setzen auf Social Media

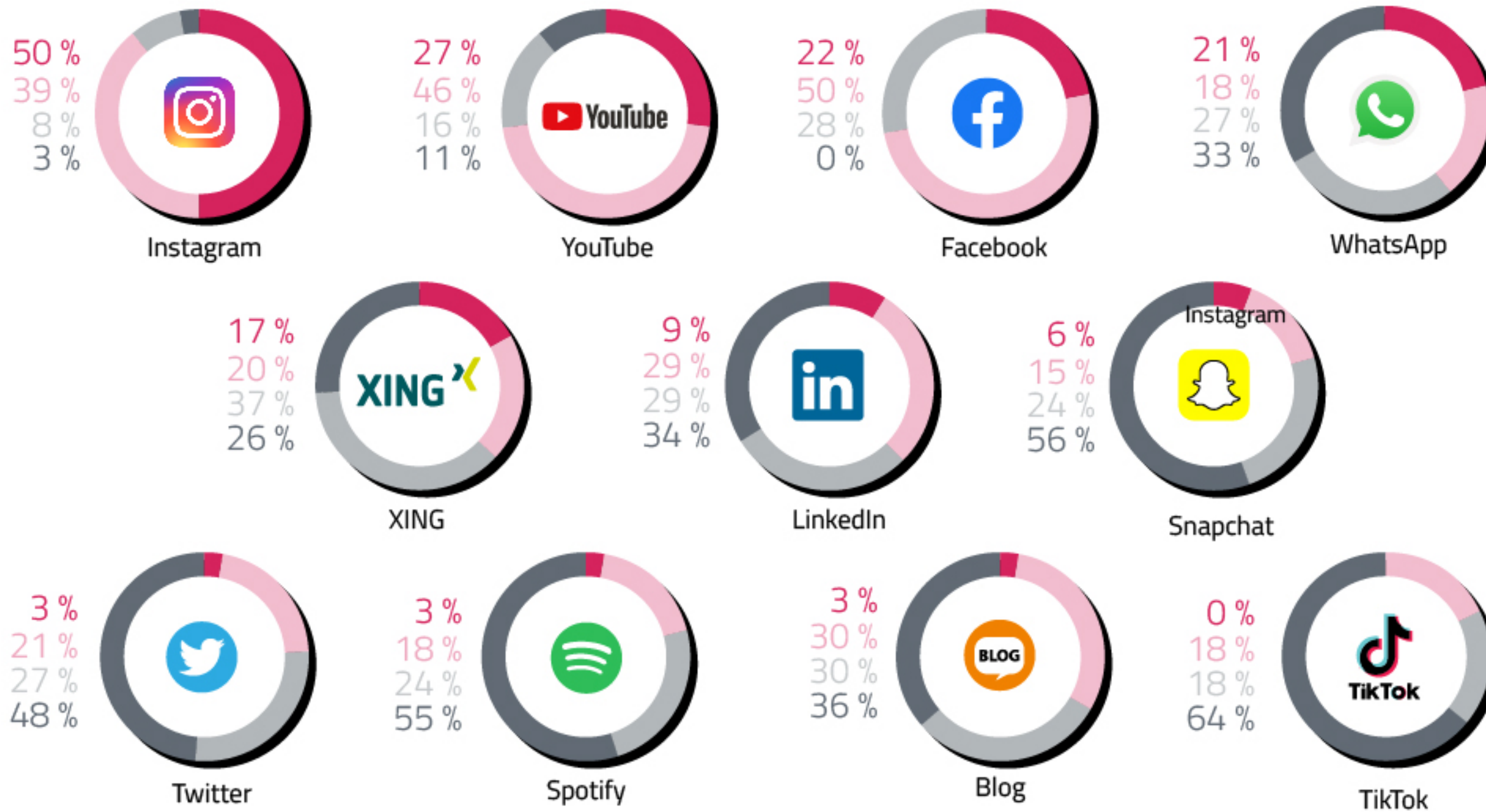
Nutzen Unternehmen Social Media im Rahmen des Ausbildungsmarketings für Kaufleute für Versicherungen und Finanzen? (in %)



Höchste Reichweite bei Azubis haben Instagram, Youtube und Facebook

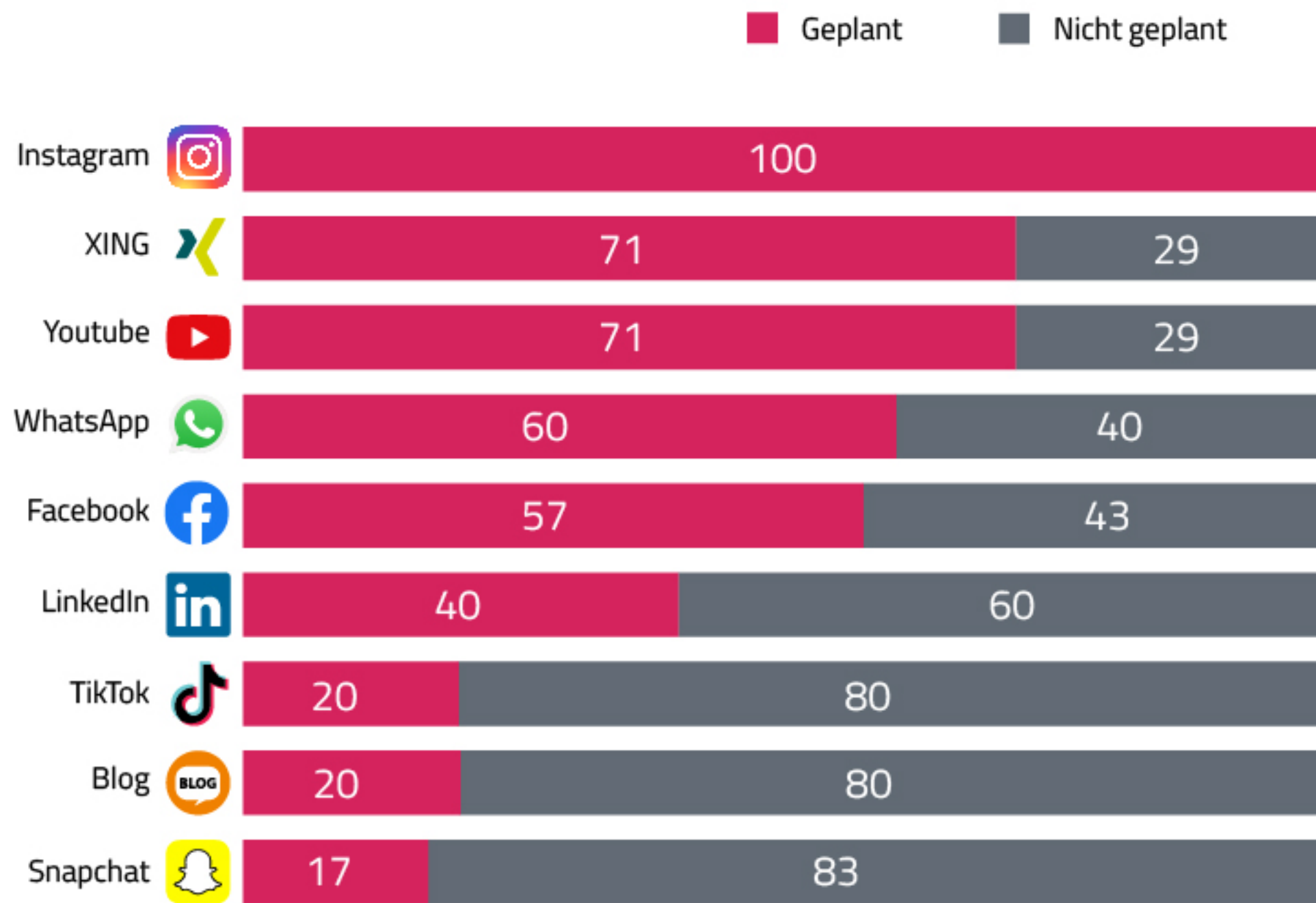
Welche Bedeutung haben folgende Social Media Plattformen beim
Ausbildungsmarketing für Kaufleute für Versicherungen und Finanzen im Unternehmen?

Sehr wichtig Wichtig Eher nicht wichtig Gar nicht wichtig



Instagram wird die Nummer Eins im Ausbildungsmarketing

Welche Social Media Plattformen werden in Zukunft beim Ausbildungsmarketing der Kaufleute für Versicherungen und Finanzen eingesetzt? (in %)



Quelle: www.bildungsumfragen-versicherung.de

© 2020, Arbeitgeberverband der Versicherungsunternehmen in Deutschland e. V. und Berufsbildungswerk der Deutschen Versicherungswirtschaft (BWV) e.V.

Anzahl der teilnehmenden Unternehmen bzw. Unternehmensgruppen 2020: 57
 Repräsentationsgrad der Erhebung 2020 (Beschäftigtenzahl: 166.000): 82,3 %
 Fragezeitraum: Februar/März 2020

Zur besseren Lesbarkeit haben wir weitgehend auf geschlechtsspezifische Doppelnennungen verzichtet.