



Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen: Was wir aus der Pandemie gelernt haben

von Joachim Klepp, Abteilungsleitung Maklervertrieb
VAV Versicherungs AG

Gezielte Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen tragen wesentlich zur Qualifikation von Versicherungsvermittlern und -beratern bei. Aus Erfahrung wissen wir, dass erfolgreiche Versicherungsmakler oder Mehrfachagenten keine Mühen scheuen, wenn es darum geht, sich neues Wissen anzueignen. Mit der Einführung der IDD vor mittlerweile drei Jahren verpflichtet nun der Gesetzgeber die „für die Versicherungsvermittlung maßgeblich Verantwortlichen“ zu laufenden Schulungs- und Weiterbildungsmaßnahmen im Ausmaß von 15 Stunden pro Jahr. Für die meisten im Versicherungsvertrieb tätigen Personen eine Selbstverständlichkeit, da regelmäßige Fortbildung eine Voraussetzung für kompetente Beratung und somit für erfolgreiches Arbeiten mit Kunden darstellt. Die gesetzliche Verpflichtung im Rahmen der IDD ändert daran vordergründig nichts. Jedoch fördert sie Transparenz, Struktur und Nachweisbarkeit der Weiterbildungsaktivitäten und beeinflusst somit in positiver Weise die Qualität der Versicherungsvermittlung.

Seit Jahren unterstützt die VAV die Vertriebspartner mit Fachseminaren, Workshops und Schulungen.

Mehr als 3.000 haben im heurigen Jahr unsere Weiterbildungs-Veranstaltungen besucht. Wurden die Veranstaltungen im ersten Halbjahr fast ausschließlich in Form von Webinaren abgehalten, so starteten wir ab Juni wieder gezielt mit Präsenzveranstaltungen in den Regionen. Was zu Beginn aus einer Not entstanden war, entpuppte sich rasch als Chance – für uns als Versicherungsunternehmen und für die Teilnehmenden unserer Seminare gleichermaßen.

Webinare haben sich rasch ganz besonders aufgrund ihrer niedrigen Zugangshürden als eigenständiges Format etabliert. Online-Schulungen lassen sich standortübergreifend rasch organisieren, die Ortsunabhängigkeit und die geringe Vorlaufzeit ermöglichen insgesamt eine Verbesserung des Know-How-Transfers. Für die Teilnehmenden entfallen An- und Abreisezeiten, wodurch sich die Webinare am Arbeitsplatz oder in den eigenen vier Wänden sehr gut in den Arbeitsalltag integrieren lassen.

Trotz genannter Vorteile traten während der Coronapandemie auch die Defizite des Online-Formats hervor, es fehlten der persönliche Kontakt und die von Interaktion lebende direkte Vermittlung von Inhalten. Raum für Diskussionen, für Entwicklung neuer Ideen und informellen Austausch kann nur im Rahmen von Präsenzveranstaltungen in vollem Maß geschaffen werden. Die ersten Präsenzveranstaltungen nach der „COVID-Pause“ haben gezeigt, welche hohe Wertigkeit dieses Weiterbildungsformat für die Vertriebspartner hat und wie sehr uns die Breite der persönlichen Kommunikation gefehlt hat.



Joachim Klepp

Heute wissen wir: Nur im persönlichen Kontakt sind Expertengespräche und Diskussionen in ihrem vollen Potenzial durchführ- und erlebbar. Wir werden in Zukunft beide Formate forcieren – je nach Thema, Zielgruppe und Regionalität. Webinare lassen sich auch ergänzend im Sinne einer Vor- und Nachbereitung von Veranstaltungen gut einsetzen, beispielsweise um Teilnehmende auf einen einheitlichen Wissensstand zu bringen. Ein sinnvoller Mix aus Online- und Präsenzveranstaltungen wird uns zukünftig eine flexiblere Gestaltung von Weiterbildungsangeboten ermöglichen und einen deutlichen Mehrwert bringen.