



Stefan CHLEBNICEK  
Senior Expert/Training &  
Academy

**RISK EXPERTS**  
ENABLING SMART DECISIONS.

# Weiterbildung – Chance oder lästige

Wie in vielen anderen Wirtschaftszweigen gewinnt das Thema Aus- und Weiterbildung auch innerhalb der Versicherungsbranche immer mehr an Bedeutung. Und das nicht nur wegen der Vorgaben, die mit der IDD gekommen sind. Die Fragen, die sich jeder von uns stellen sollte, richten sich jedoch nach dem „Wo“ mache ich meine Weiterbildung und „Nach welchen Kriterien“ entscheide ich über meine Weiterbildungseinrichtung“ bzw. „Was“ verhilft mir zu einem entscheidenden Vorsprung?

Versicherungsnehmer sind inzwischen gut darüber informiert, welche Leistungen ein Versicherungsprodukt bietet – zumindest glauben sie das.

Fachbegriffe können auf Plattformen wie dem VersicherungsWiki schnell online nachgeschlagen werden, wodurch das vom Vermittler gesprochene Wort sofort auf dessen Richtigkeit überprüft wird. Die vorgeschriebenen 15 IDD-Stunden Weiterbildungsverpflichtung kostengünstig, ja sogar kostenneutral zu erfüllen, ist ebenso keine Hexerei. Angebote gibt es zuhauf – vom Webinar bis hin zur Tagesveranstaltung mit Kurzvorträgen.

## Nur gezielte Weiterbildung führt zum Erfolg

Profunde Kenntnisse waren schon immer die Grundvoraussetzung für bedarfsorientierte Beratungen. Unumstritten ist, dass für einen nachhaltigen beruflichen Erfolg, die laufende Festigung und Erweiterung des Wissens unumgänglich ist. Hier trennt sich dann auch die sprichwörtliche Spreu vom Weizen: Während es manchen ausschließlich um die Erfüllung der Pflichtvorgaben geht, wählen andere gezielt Weiterbildungsangebote, die ihnen neue Chancen eröffnen und manchmal auch ganz bewusst nicht zu ihren Kernangeboten passen.

Um durch Weiterbildung einen Vorteil zu erlangen, sind vor allem jene Informationen und thematischen Zugänge gefragt, die nicht überall angeboten werden. Dinge zu wissen, „die nicht jeder weiß“, sind ein Garant für den unternehmerischen

Erfolg in der Beratung. Durch eine breitere Palette an Argumenten im Beratungsgespräch fördern Sie das Vertrauen, festigen die Kundenbindung und verschaffen sich letztendlich den entscheidenden Wettbewerbsvorteil.

## Einen Mehrwert schaffen

In der Beratung wird neben dem fachlichen Know-how das Verständnis für technische Gegebenheiten und Zusammenhänge immer wichtiger. Das Rezept ist nicht mehr die rein fachliche Weiterbildung, sondern ein ausgewogener Mix aus fachlichen Inhalten und Zugängen des technischen Risikomanagements. Ziel aller Dienstleister ist es, einen Mehrwert für die eigenen bestehenden Kundenverbindungen zu schaffen – außer man ist ein Telekommunikationsunternehmen ;-)

Versicherungsprodukte, vorrangig im Privatkundengeschäft, sind in ihrer Gestaltung trivial und oft schon online erhältlich – im Gewerbe- und Industriebereich ist dies (noch) nicht der Fall.

Für die holistische Analyse eines zu versichernden Unternehmens müssen eine Vielzahl an Daten vorhanden sein und unterschiedlichste Gefahrenszenarien „durchgespielt“ werden. Um mit diesen Szenarien realistisch umzugehen und derartige Risiken richtig einschätzen zu können, sind Sie als rundum ausgebildete Experten gefragt.

## Polizzenverkauf ist nicht (mehr) alles

Der laufende Austausch mit Versicherungsmaklern zeigt uns, dass es unumgänglich ist, vermeintlich neue Wege zu beschreiten und neben der „klassischen“ Risikoanalyse gemäß §28 MaklerG noch stärker den umfassenden Beratungsgedanken als Risk Manager zu leben.

Seit Jahren gewinnen die Themen Cyber Risiko und Betriebsunterbrechungsrisiko mehr an Bedeutung und die Nachfrage an Lernangeboten steigt ständig.

WEI TER

B

I

L

D

U

# Verpflichtung?

Doch spätestens seitdem die EU die Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung und damit verbundene Nachhaltigkeitszielen veröffentlicht hat, häufen sich die Fragen von Unternehmen, wie sie diese Ziele erreichen können und was sie dafür in Zukunft investieren müssen.

## Neue Themen sind gefragt

Betrachten wir das Thema Nachhaltigkeit als möglichen ergänzenden Inhalt in Ihren künftigen Beratungsgesprächen. Unterstützt durch Medien geistert dieser Begriff bereits in vielen Köpfen herum. Doch was hat es mit der Nachhaltigkeit auf sich? Was muss eine Nachhaltigkeitsstrategie beinhalten? Braucht mein Unternehmen auch eine Nachhaltigkeitsstrategie und wenn ja, ab wann? Es ist klar, dass uns dieses Thema die kommenden Jahre, wenn nicht Jahrzehnte weiter begleiten wird. Unternehmen brauchen dabei Unterstützung - egal ob als umfassende Beratungsdienstleistung oder in Form eines Quickchecks.

So wie bei allen neuen Themen, muss Wissen erst einmal aufgebaut werden, um Veränderungen in der Risikowelt der zu versichernden Unternehmen einschätzen zu können. Für Sie als Berater bedeutet das viele neue Chancen durch unzählige neue Ansätze.

Um diese Chancen auch zu nützen, empfehlen wir den Aufbau von Know-how für eine „grüne“ Risikobetrachtung.

Sollte das Thema „Nachhaltigkeit“ nicht zu Ihnen passen, versuchen Sie sich doch in die Lage von Unternehmen zu versetzen. Anstatt dass man sich ein neues Thema zu eigen macht, könnte man auch ein bekanntes Thema weiter vertiefen und so seine Expertise hervorheben. In den letzten Monaten sind Unternehmen oft mit teils ähnlichen Fragen an uns herangetreten. Diese Fragen möchten wir gerne mit Ihnen teilen:

## Machen Sie doch einen kurzen Check und überprüfen Sie, ob Sie die passenden Antworten auf folgende Fragen haben?

- Was soll ein Unternehmen machen, wenn der wichtigste Lieferant ausfällt?
- Welche Auswirkungen hat es, wenn im Sinne eines nachhaltigen Produktionsablaufes die Versorgungskette angepasst werden muss?
- Wie muss eine Sprinkleranlage dimensioniert sein, um im Falle eines Feuers die maximale Wirkung zu haben?
- Kann man ohne technisches Grundverständnis einen korrekten PML berechnen?
- Wie können strategische Maßnahmen aussehen, die den Unternehmensfortbestand nach einem längeren Unterbrechungsschaden sichern?

Sollte die ein oder andere Unsicherheit beim Beantworten dieser Fragen vorhanden sein, können Sie dem entgegenwirken. Im Gegensatz zum Nachhaltigkeits Thema gibt es dazu breit verfügbare Weiterbildungsangebote, um das entsprechende Wissen aufzubauen.

In unserer Risk Experts Academy sind wir bemüht, Trends frühzeitig zu berücksichtigen und entsprechende Seminarinhalte anzubieten. Wir verfügen sowohl über versicherungstechnisches als auch technisches Expertenwissen, um Ihre Fragen zu beantworten.

Neben öffentlichen Seminaren konzipieren wir auch maßgeschneiderte Ausbildungs- und Seminarekonzepte für unsere nationalen und internationalen Auftraggeber, die sowohl der Versicherungswirtschaft als auch der Industrie angehören.

## Fazit

Um nachhaltig erfolgreich zu sein, erfordert es die Bereitschaft, in den Aufbau eines umfangreichen Fachwissens zu investieren und über die nötige Motivation, sich laufend zusätzliches Wissen anzueignen bzw. zu festigen.

Die Wahl des richtigen Partners ist entscheidend, wenn es um Aus- und Weiterbildung geht – finden Sie heraus, wer am besten zu Ihnen passt und Ihre Bedürfnisse berücksichtigt.

Der langfristige Nutzen liegt auf der Hand: Ein Wettbewerbsvorteil für das Plus an Know-how und neuen Chancen am Markt ergibt sich fast automatisch durch breitere Themenfelder im Kundengespräch.



N G