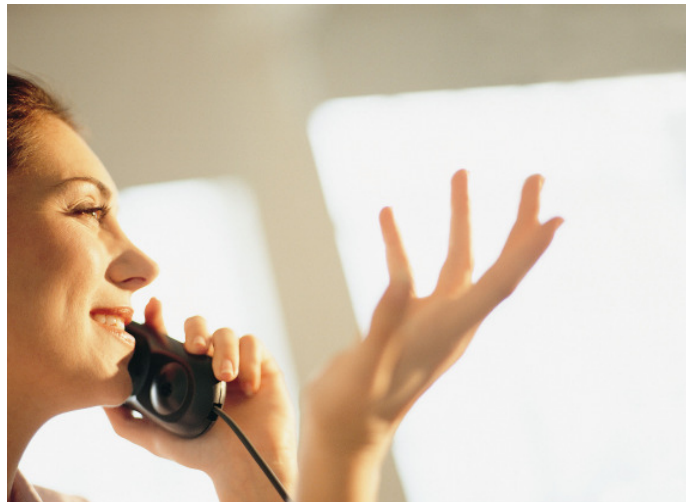


# POSITIONSPAPIER



## Ausbildungsberufe in der Versicherungswirtschaft:

- Servicefachkraft für Dialogmarketing
- Kaufmann / Kauffrau für Dialogmarketing

März 2008

## **Impressum**

Positionspapier 1 / 2008

Berufsbildungswerk der Deutschen  
Versicherungswirtschaft (BWV) e.V.

Arabellastraße 29  
81925 München  
Telefon 089 922001-30  
Telefax 089 922001-44

[info@bwv-online.de](mailto:info@bwv-online.de)  
[www.bwv-online.de](http://www.bwv-online.de)

## **Vorwort**

Versicherungsunternehmen beginnen vereinzelt damit, für ihre Service Center in den neu geschaffenen Berufsbildern im Dialogmarketing auszubilden, oder tragen sich mit dem Gedanken daran. Das BWV ist daran interessiert, diese Entwicklung zu beobachten und zu begleiten.

Die neuen Berufsbilder haben Eingang in die statistischen Erhebungen des agv bei seinen Mitgliedsunternehmen gefunden, um den Bedarf der Branche an diesen Berufsbildern zu untersuchen. In einem ersten Schritt gibt das BWV dieses Positionspapier heraus. Es setzt sich mit den Unterschieden zwischen den etablierten Branchenausbildungen der Assekuranz und den neuen Berufsbildern vergleichend auseinander.

Das BWV möchte Personalverantwortlichen, die sich mit der Einführung der neuen Berufsbilder befassen, eine erste Orientierung bieten.

München, im März 2008

## Gliederung

<b>1. Ausgangssituation .....</b>	<b>5</b>
1.1. Bedarf für ein Berufsbild für Call Center / Service Center .....	5
1.2. Abgrenzung von Call Center und Service Center.....	6
<b>2. Die neuen Berufsbilder: Servicefachkraft für Dialogmarketing und Kaufmann/-kauffrau für Dialogmarketing.....</b>	<b>7</b>
2.1. Zielgruppen für die neuen Berufsbilder .....	7
2.2. Angestrebte Einsetzbarkeit von Absolventen der neuen Berufsbilder .....	7
2.3. Unterscheidung Servicefachkraft und Kaufmann/-kauffrau für Dialogmarketing .....	8
<b>3. Ausbildung in Service- und Call Centern der Versicherungswirtschaft.....</b>	<b>9</b>
3.1. Kompetenzen im Service- und Call Center der Versicherungswirtschaft.....	9
3.2. Kaufmann/-kauffrau für Versicherungen und Finanzen im Service- und Call Center.....	9
3.3. Servicefachkraft für Dialogmarketing und Kaufmann/-kauffrau für Dialogmarketing in der Versicherungswirtschaft.....	10
3.4. Gehälter der Kaufleute für Versicherungen und Finanzen und der neuen Berufsbilder .....	10
<b>4. Position des BWV.....</b>	<b>12</b>
<b>5. Gegenüberstellung der Berufsbilder.....</b>	<b>13</b>



## 1. Ausgangssituation

### 1.1. Bedarf für ein Berufsbild für Call Center / Service Center

Die Callcenterbranche ist auf Grund der technischen Möglichkeiten stark gewachsen. In Deutschland arbeiteten im Jahr 2004 rund 250.000 Menschen in diesem Dienstleistungsbereich. 2006 waren es 400 000, 2007 kommen geschätzte 40 000 dazu. Die Call Center-Branche formulierte zur Begründung der Einrichtung zweier neuer kaufmännischer Berufe ihren Bedarf folgendermaßen:

Kunden fordern immer stärker eine optimale und effiziente Betreuung offensiv ein und wechseln bei Missfallen schneller zum Mitbewerber. Ein professionelles Dialogmarketing von Unternehmen, aber auch öffentlicher Einrichtungen, muss daher auf eine optimale strategische Ausrichtung, Planung, Gestaltung und Steuerung von Kundenkontakten abzielen, um langfristige Kundenbeziehungen aufzubauen und zu erhalten. Diese Funktionen werden in jüngster Zeit in erster Linie von Call Centern wahrgenommen. Das zeigt sich auch an dem dynamischen Wachstum von Call Centern und Service Centern, die sich trotz schlechter Wirtschaftslage in Hinblick auf die Zahl der Beschäftigten in der Vergangenheit stark entwickelten. Ein hoher Bedarf an qualifizierten Mitarbeitern ist die natürliche Folge.

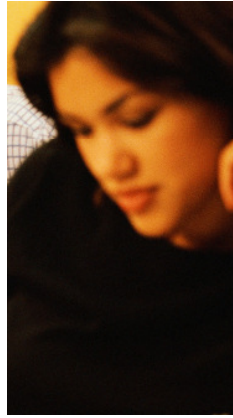
Leider mangelte es in der Vergangenheit an geeignetem Nachwuchs. Im Rahmen einer möglichen Personalentwicklung von Mitarbeitern in Call- und Service Centern ist die Branche verstärkt an ihre Grenzen gestoßen, da die Qualifizierungen von Kammern und Bildungsträgern als nicht mehr ausreichend betrachtet wurden. Vor diesem Hintergrund hatte das Bundeswirtschaftsministerium die Erarbeitung zweier selbständiger Berufsbilder durch das Bundesinstitut für Berufsbildung beschlossen. Zum einen sollte eine zweijährige Ausbildung zur Servicefachkraft für Dialogmarketing geschaffen werden, zum anderen eine dreijährige Ausbildung eines Kaufmanns für Dialogmarketing. 1. August 2006 wurde zum ersten Mal in den beiden neuen Berufsbildern ausgebildet. Bedeutend dabei ist, dass die Berufsausbildung zur Servicefachkraft auf die Ausbildung zum Kaufmann angerechnet werden kann.

Auch Versicherungsunternehmen beginnen vereinzelt damit, für ihre Service Center in diesen Berufsbildern auszubilden, oder tragen sich mit dem Gedanken daran.

## 1.2. Abgrenzung von Call Center und Service Center

Bei der Entwicklung der neuen Berufsbilder wurde zwischen dem Einsatz im Service Center und im Call Center unterschieden. Den markantesten Unterschied bildet der *Umfang* der zu erbringenden Dienstleistungen: *Call Center* können als eher outbound-orientierte Einheiten aufgefasst werden, die Aufgaben wahrnehmen wie Hotline, Produktinformationen, Kundendienst, Beschwerdemanagement, Marktforschung, Bestellannahmen, Rufnummernauskunft oder Notfall-Dienst .

Sind weitreichende Beratungsleistungen erforderlich oder durch die Unternehmensziele bereits beim ersten Kundenkontakt festgeschrieben, ist von einem *Service Center* die Rede. Allerdings sind die Beratungsleistungen auch hier auf einen abgesteckten Rahmen begrenzt, der First-Level-Katalog genannt wird. Ein Service Center hat über die Beantwortung von Standardfragen hinausgehende Beratungsfunktion. Die Mitarbeiter sollen die Kompetenz besitzen, sowohl qualifizierte Auskünfte zu geben als auch bestimmte Entscheidungen im Rahmen des First-Level-Kataloges zu treffen bzw. vorzubereiten.



## **2. Die neuen Berufsbilder: Servicefachkraft für Dialogmarketing und Kaufmann/-kauffrau für Dialogmarketing**

### **2.1. Zielgruppen für die neuen Berufsbilder**

Zur Zielgruppe der neuen Ausbildungsberufe gehören alle Schulabsolventen. Eine festgeschriebene Mindestschulqualifikation gibt es nicht. Allerdings können die einzelnen ausbildenden Unternehmen individuelle Mindestqualifikationen (z. B. mindestens Realschulabschluss) festlegen, damit das angestrebte Ausbildungsziel erreicht werden kann.

Für die Call- und Service Center-Branche besteht ein überdurchschnittlich hoher Bedarf an Auszubildenden. Hochgerechnet auf die gesamte Branche sollen mit den beiden neuen Ausbildungsberufen rund 3.000 neue Ausbildungsplätze geschaffen werden. Eine Umfrage im Council Tel Medien- und Call Center Services (83 Mitglieder) ergab, dass 60 % der befragten Unternehmen ausbilden, 36 % davon zu Dialogkaufleuten und 41 % zu Servicekräften für Dialogmarketing.

### **2.2. Angestrebte Einsetzbarkeit von Absolventen der neuen Berufsbilder**

Bei der Entwicklung der neuen Berufsbilder wurden folgende Kompetenzen als Ziel für die Ausbildung formuliert:

- Die neuen Ausbildungsberufe sind an den generellen Arbeitsanforderungen von Call Centern ausgerichtet und haben eine möglichst 100-ige Fallabschlussquote, vor allem bei eingehenden (Inbound) Anrufen, zum Ziel.
- Fallabschließende Bearbeitung bedeutet, dass das Kundenanliegen durch den Mitarbeiter oder den ausgebildeten Auszubildenden selbstständig abschließend bearbeitet werden kann. Ein Weiterleiten von Kundenanliegen bzw. zusätzliche Aktivitäten durch „Dritte“ Beteiligte sind nicht erforderlich.
- Der Call Center-Agent ist in der Lage, den angefallenen Geschäftsprozess im Rahmen seiner Kompetenzen und des ihm übertragenen Kompetenzrahmens eigenständig und vollständig zu erledigen.
- Die im Rahmen der neuen Ausbildungsberufe erworbenen Kenntnisse und Fähigkeiten sollen die Möglichkeit eröffnen, den ausgebildeten Auszubildenden weitestgehend problemlos abteilungsübergreifend einzusetzen.
- Da das Vermitteln von typischen Fach-Know-How für einen bestimmten Bereich bzw. für eine bestimmte Branche nicht Schwerpunkt der Ausbildung ist, sondern der Fokus vielmehr auf dem Erwerben kommunikativen Kompetenzen, kundenorientierten Verhaltens, Rhetorik und Gesprächsführung liegt, ist sowohl eine Servicefachkraft für Dialog-

marketing sowie ein Kaufmann für Dialogmarketing unternehmensintern flexibel einsetzbar.

- Es handelt sich vorwiegend um die Vermittlung von Softskills und Schlüsselqualifikationen

### **2.3. Unterscheidung Servicefachkraft und Kaufmann/-kauffrau für Dialogmarketing**

Die Ausbildung ist in den Ausbildungsschwerpunkten 1. bis 7. inhaltlich und zeitlich gleich (siehe Übersicht im Anhang). Die Ausbildungsschwerpunkte 8. bis 11. werden dem Kaufmann für Dialogmarketing im 3. Ausbildungsjahr vermittelt. Deshalb kann die Ausbildung zur Servicefachkraft Dialogmarketing durch ein zusätzliches Ausbildungsjahr zum Kaufmann für Dialogmarketing „aufgewertet“ werden.

Kaufleute für Dialogmarketing unterscheiden sich vom Anforderungsprofil der Servicefachkräfte darin, dass sie neben der Beratung und Betreuung von Kunden ihre Arbeit selbstständig organisieren und in stärkerem Maße wirtschaftlich denken und handeln. Sie werden mit der Perspektive ausgebildet, Leitungsfunktionen in Service Centern übernehmen zu können.



### **3. Ausbildung in Service- und Call Centern der Versicherungswirtschaft**

#### **3.1. Kompetenzen im Service- und Call Center der Versicherungswirtschaft**

Eine professionelle Dienstleistung in Service Centern und Agenturen gewinnt auch in der Versicherungsbranche zunehmend an Bedeutung. Als direkte Schnittstelle des Unternehmens zum Kunden werden hier die Kontakte in Vertrieb und Service gestaltet, so dass gerade an dieser Stelle die Zufriedenheit des Kunden entscheidend beeinflusst werden kann.

Die Kernkompetenzen von Mitarbeitern in Service-Centern und Agenturen der Versicherungswirtschaft sind vor allem:

- Sach- und Fachkompetenz
- Kunden- und Serviceorientierung
- Belastbarkeit, Ausdauer und Eigenmotivation
- Lernbereitschaft und schnelle Auffassungsgabe

#### **3.2. Kaufmann/-kauffrau für Versicherungen und Finanzen im Service- und Call Center**

Kaufleute für Versicherungen und Finanzen können während der Ausbildung zielgerichtet in Kunden- / Service-Centern eingesetzt und ausgebildet werden. Die spezielle Ausrichtung auf den Telefonkontakt mit dem Kunden kann unternehmensintern gemäß den jeweiligen Unternehmensspezifika in die Ausbildung eingebaut werden.

Die ausgebildeten Kaufleute für Versicherungen und Finanzen verfügen über ein breites versicherungsfachliches Spartenwissen sowie gute Kenntnisse, Fertigkeiten und Fähigkeiten aus dem Bereich Kundenorientierung, -bindung, -beratung und Verkauf. Sie sind damit für verschiedenste Bereiche in einem Versicherungsunternehmen einsetzbar, also sowohl in den klassischen Fachabteilungen oder Stabsabteilungen, im persönlichen Vertrieb wie auch in Kunden- / Service-Centern. Diese Qualifikation ermöglicht dem Versicherungsunternehmen einen sehr flexiblen Einsatz der Kaufleute für Versicherungen und Finanzen.

### **3.3. Servicefachkraft für Dialogmarketing und Kaufmann/-kauffrau für Dialogmarketing in der Versicherungswirtschaft**

Grundsätzlich kann davon ausgegangen werden, dass die neuen Ausbildungsberufe Servicefachkraft für Dialogmarketing sowie Kaufmann für Dialogmarketing die Auszubildenden befähigen, in einem Kunden- / Service-Center eingesetzt zu werden. Die Befähigung der Absolventen, hängt vom Grad der vom Unternehmen *über die Anforderungen der Erstausbildung in diesen Berufen hinaus* erbrachten Ausbildungsanstrengungen: versicherungsspezifisches Fach-Know-How ist zusätzlich zu vermitteln, wenn tatsächlich fallabschließend gearbeitet werden soll (inbound).

Ohne systematische zusätzliche Vermittlung von Fachwissen ist der Einsatz von Mitarbeitern, die nach den neuen Berufsbildern ausgebildet wurden, im Service-Center eines Versicherungsunternehmens schwierig. Die eingehenden Kundenanrufe sollen im First-Level-Bereich bearbeitet werden und haben vor allem versicherungsfachliche und versicherungsspezifische Fragestellungen zum Inhalt. Die neuen Ausbildungsberufe bieten eine gute Basis für ein kunden- und serviceorientiertes Telefonverhalten, sind aber letztlich nicht gezielt auf den Versicherungsbetrieb mit seinen Fachinhalten ausgerichtet, so dass eine *Zusatzqualifizierung* durch das Ausbildungsunternehmen während oder nach der Ausbildung in diesen Berufsbildern zwingend notwendig ist.

Interessant sind dann die Fragestellungen: Welche Zusatzkosten entstehen? Wie kann die Vermittlung des Fachwissens erfolgen, ggf. nicht erst nach absolvierter Ausbildung sondern während der Ausbildung? Welcher zusätzliche Aufwand ist anzusetzen?

### **3.4. Gehälter der Kaufleute für Versicherungen und Finanzen und der neuen Berufsbilder**

Für Kaufleute für Versicherungen und Finanzen gilt der Manteltarifvertrag für das private Versicherungsgewerbe.

Da es in der Call Center und Service Center-Branche zurzeit keinen Tarifvertrag gibt, richtet sich die Ausbildungsvergütung für die neuen Berufsbilder Servicefachkraft für Dialogmarketing und Kaufmann/-kauffrau für Dialogmarketing nach der jeweiligen Vereinbarung eines Auszubildenden mit dem Ausbildungsbetrieb. Eine Untergrenze von 350,00 Euro im ersten Ausbildungsjahr sollte nach IHK-Empfehlung nicht unterschritten werden. Steigerungen vom mindestens 50,00 Euro pro weiteres Ausbildungsjahr wird von IHK-Seite empfohlen.

Die tarifliche Eingruppierung ausgelernter Servicefachkräfte für Dialogmarketing bzw. Kaufleute für Dialogmarketing sollte, analog der Einschätzung des Arbeitgeberverbands der Versicherungsunternehmen in Deutschland (agv) vom 09. Januar 2007 nicht über die

Tarifgruppe III des Manteltarifvertrages für das Versicherungsgewerbe hinausgehen. Insbesondere vor dem Hintergrund der derzeit gezahlten Ausbildungsvergütungen, die in erheblichem Umfang hinter denen der Kaufleute für Versicherungen und Finanzen zurückstehen, sei eine Eingruppierung in eine höhere Tarifgruppe nicht empfehlenswert.

Allerdings ist zu betonen, dass die Zuordnung in eine Tarifgruppe von den jeweiligen Stellenausgestaltungen und den damit verbundenen Stellenprofilen des jeweiligen Arbeitgebers abhängen. Eine Eingruppierung in die Gehaltsgruppen des Tarifvertrages für das private Versicherungsgewerbe erfolgt tätigkeitsbezogen. Es kommt ausschließlich auf die Anforderungen an, die die auszuführende Tätigkeit dem Arbeitnehmer bei der Erbringung der vertragsgemäßen Arbeitsleistung abverlangt. Die Eingruppierung in TG III erfordert Fachkenntnisse durchschnittlicher Art, d.h. Kenntnisse, wie sie im Allgemeinen durch abgeschlossene Berufsausbildung oder durch einschlägige Berufserfahrung erworben werden. Eine Eingruppierung in TG IV setzt hingegen vertiefte Fachkenntnisse voraus. Hinsichtlich der Beratungstätigkeit der Servicefachkräfte für Dialogmarketing oder der Kaufleute für Dialogmarketing ist eher ein breites Spektrum an Versicherungskenntnissen erforderlich, also ein fundiertes Basiswissen. Weitergehende oder spezielle Fragestellungen werden an die für den Vertragsstand zuständigen Sachbearbeiter weitergeleitet. Einen eigenen Vertragsstand bearbeiten Mitarbeiter am Service-Telefon in der Regel nicht. Die Tätigkeit umfasst eher die einfache Sachbearbeitung und rechtfertigt so die Eingruppierung in TG III.

Sollten z. B. Kaufleute für Dialogmarketing tatsächlich im Arbeitsalltag mit z. B. Outbound-Tätigkeiten betraut sein, dann ist eine Eingruppierung in TG III als grenzwertig anzusehen.

#### 4. Position des BWV

Die zweijährige Ausbildung für *Servicefachkräfte für Dialogmarketing* wurde so konzipiert, dass auch leistungsschwächere Jugendliche in diesen Beruf einsteigen können. Die Chance für diese Zielgruppe, durch die Verlängerung der Ausbildungszeit auf 3 Jahre mit dem Abschluss „Kaufmann / Kauffrau für Dialogmarketing“ eine Position mit Leitungsfunktionen im Service Center zu erhalten, sieht das BWV mit Skepsis. Die Ausbildung wird junge Menschen dazu befähigen, bestimmte Aufgaben im Service Center eines Versicherungsunternehmens zu übernehmen, insbesondere im Outbound-Bereich (Marketing, Terminvereinbarungen). Sollen Inbound-Anfragen bearbeitet werden, muss das Ausbildungsunternehmen die versicherungsfachlichen Ausbildungsinhalte *zusätzlich* vermitteln.

Werden weniger leistungsstarke junge Menschen angestellt, kann dies als ein wichtiger gesellschaftspolitischer Beitrag zur Überwindung der Jugendarbeitslosigkeit gesehen werden. Ein Augenmerk sollte auf das Verhältnis zwischen günstigeren Beschäftigungskosten dieser Berufsgruppe einerseits und Möglichkeit des flexiblen Einsatzes und der Weiterentwicklung im Versicherungsunternehmen andererseits gelegt werden.

Die dreijährige Ausbildung zu *Kaufleuten für Dialogmarketing* richtet sich mit ihrer Perspektive auf die Übernahme von Leitungsfunktionen eher an qualifizierte Schulabgänger. Auch bei dieser Ausbildung sind versicherungsfachliche Kenntnisse, Fertigkeiten und Fähigkeiten *zusätzlich* zu vermitteln.

Insgesamt stellt sich damit die Frage, ob der Aufwand für diese Berufsbilder insgesamt nicht höher ist als eine Ausbildung zu Kaufleuten für Versicherungen und Finanzen (KVF), denen dann die benötigten Telefonie-Kenntnisse zusätzlich vermittelt werden. Hierzu bietet sich die Möglichkeit, auf die KVF-Ausbildung die Telefonie-Kenntnisse aus der Qualifikation „Servicefachmann / Servicefachfrau (DVA)“ aufzusatteln. Die Ausbildung von Servicefachleuten Versicherungen (DVA) ist systematischer als die Ausbildung von Servicefachkräften oder Kaufleuten für Dialogmarketing auf die Anforderungen in Service- und Call Centern der Versicherungsbranche ausgerichtet. Servicefachleute Versicherungen (DVA) werden in relativ kurzer Ausbildungszeit auf das Telefonieren und auf gezieltes Customer Relationship Management vorbereitet. Kaufleute für Versicherungen und Finanzen können auch bei Umstrukturierungen flexibel im Unternehmen eingesetzt werden. Eine Entwicklung vom KVF über den Einsatz im Service Center bis zum Einsatz als Fachkraft im Second-level-Bereich ist eine personalentwicklerische Gestaltungsoption.

Wenn Versicherungsunternehmen in den Berufsbildern Servicefachkräfte / Kaufleute für Dialogmarketing ausbilden ist es empfehlenswert, die Qualifikation Geprüfter Versicherungsfachmann IHK anzuschließen, da das bereits gelernte Dialogmarketingwissen dann systematisch um versicherungsfachliche Kompetenzen erweitert wird, die in der First-Level-Bearbeitung *mindestens* zwingend erforderlich sind.

## **5. Gegenüberstellung der Berufsbilder**

## Gegenüberstellung der Berufsbilder

Inhalt	Servicefachkraft für Dialogmarketing	Kaufleute für Dialogmarketing	Kaufleute für Versicherungen und Finanzen	Servicefachmann/-fachfrau Versicherungen (BWV)
Arbeitsgebiet	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Call Center</li> <li>• Service Center für Industrie-, Handels- und Dienstleistungsunternehmen,</li> <li>• andere dialogorientierte Organisationseinheiten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Call Center</li> <li>• Service Center für Industrie-, Handels- und Dienstleistungsunternehmen</li> <li>• andere dialogorientierte Organisationseinheiten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Versicherungsbetriebe</li> <li>• Finanzdienstleistungsbetriebe</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Call Center</li> <li>• Service Center mit versicherungsfachlicher Ausrichtung</li> <li>• Agentur / Versicherungsbüro / Vertriebseinheit</li> </ul>
Worum geht es? ( <a href="http://infobub.arbeitsagentur.de/berufe">http://infobub.arbeitsagentur.de/berufe</a> )	Sie beraten Kunden und bearbeiten Aufträge, Anfragen und Reklamationen.	Sie planen und organisieren Projekte. Sie gestalten bzw. präsentieren Dienstleistungsangebote und verkaufen sie. Hierfür erledigen sie auch kaufmännische Tätigkeiten oder planen und verwalten den Personaleinsatz.	<p><b>Fachrichtung Versicherung:</b> Sie beraten und betreuen private und gewerbliche Kunden im Innen- und Außendienst, bearbeiten Schadens- und Leistungsfälle und führen allgemeine kaufmännische Tätigkeiten wie Rechnungswesen und Controlling durch.</p> <p><b>Fachrichtung Finanzberatung:</b> Sie beraten Kunden bei Wertpapieranlagen und der Wahl der betrieblichen Altersvorsorge, beraten über Immobilienfinanzierung und erstellen Finanzierungsangebote. Zudem erledigen sie allgemeine kaufmännische Tätigkeiten wie Rechnungswesen und Controlling.</p>	<p>Sie beraten und betreuen Kunden fachgerecht.</p> <p>Anmerkung: Die Qualifikation eignet sich sowohl für Versicherungs-„Neulinge“, die eine berufliche Zukunft in der Versicherungsbranche anstreben, als auch für Personen mit anerkannten Versicherungsabschlüssen, die nach neuen Perspektiven in der Branche suchen.</p>

Inhalt	Servicefachkraft für Dialogmarketing	Kaufleute für Dialogmarketing	Kaufleute für Versicherungen und Finanzen	Servicefachmann/-fachfrau Versicherungen (BWV)
Ausbildungsdauer	2 Jahre	3 Jahre	3 Jahre (Verkürzung auf 2 Jahre bzw. 2,5 Jahre möglich)	ca. 6 Monate inkl. mind. 10 Tage Coaching durch Fachkräfte/Spezialisten aus dem Arbeitsbereich
Lernort	Betrieb Berufsschule	Betrieb Berufsschule	Betrieb Berufsschule	Betrieb
Ausbildungsschwerpunkte	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Der Ausbildungsbetrieb</li> <li>2. Dienstleistungsangebot</li> <li>3. Arbeitsorganisation, Kooperation, Teamarbeit</li> <li>4. Betriebliche Prozessorganisation, qualitätssichernde Maßnahmen</li> <li>5. Dialogprozesse</li> <li>6. Informations- und Kommunikationssysteme</li> <li>7. Projekte</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. bis 7. wie bei Servicefachkraft für Dialogmarketing</li> <li>8. Personal</li> <li>9. Kaufmännische Steuerung und Kontrolle</li> <li>10. Qualitätssicherung der Auftragsdurchführung</li> <li>11. Vertrieb und Marketing</li> </ol>	<p><b>Kernqualifikationen:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Der Ausbildungsbetrieb</li> <li>2. Arbeitsgestaltung, kaufmännische Steuerung und Kontrolle</li> <li>3. Kundenberatung und Verkauf</li> <li>4. Versicherungs- und Finanzprodukte</li> <li>5. Bestandskundenmanagement</li> </ol> <p><b>Pflichtbausteine</b></p> <p>Fachrichtung Versicherung</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Schaden- und Leistungsmanagement</li> </ol> <p>Fachrichtung Finanzberatung</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. private Immobilienfinanzierung und Versicherungen</li> <li>2. Vertrieb von Finanzprodukten</li> <li>3. Vertrieb von Produkten der betrieblichen Altersvorsorge</li> </ol>	<p>Ausbildung in Modulen. Vorleistungen werden anerkannt.</p> <p>Arbeitsbereich Agentur:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Versicherungsfachliche Kompetenz</li> <li>2. Praxisorientierte Verhaltenskompetenz</li> <li>3. Fachkompetenz <b>Agentur</b></li> </ol> <p>Arbeitsbereich Service/Call-Center:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Versicherungsfachliche Kompetenz</li> <li>2. Praxisorientierte Verhaltenskompetenz</li> <li>3. Fachkompetenz <b>Service-Center</b></li> </ol>

Inhalt	Servicefachkraft für Dialogmarketing	Kaufleute für Dialogmarketing	Kaufleute für Versicherungen und Finanzen	Servicefachmann/-fachfrau Versicherungen (BWV)
			<b>Wahlbausteine</b> Versicherung <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kundengewinnung und Kundenbindung</li> <li>2. Marketing</li> <li>3. Agenturbetrieb</li> <li>4. Risikomanagement</li> <li>5. Vertrieb von Produkten der betrieblichen Altersvorsorge</li> <li>6. Vertrieb von Versicherungsprodukten für Gewerbekunden</li> <li>7. Vertrieb von Versicherungsprodukten für Privatkunden</li> </ol>	
Abschlussprüfung	schriftlich: 1. Dienstleistungsangebote und Kommunikation (120 min.) 2. Projektabwicklung im Dialogmarketing (90 min.) 3. Wirtschafts- und Sozialkunde (60 min.)  Mündlich: 4. Kundengespräch (20 min.)	Schriftlich: 1. Gestaltung und Vertrieb von Dienstleistungen (90 min.) 2. Projektmanagement im Dialogmarketing (150 min.) 3. Wirtschafts- und Sozialkunde (60 min.)  Mündlich: 1. Fallbezogenes Fachgespräch (15 min. Vorbereitung + 30 min.)	Schriftlich: 1. Versicherungswirtschaft und Leistungsmanagement (180 min.) mit einem Prüfungsteil für jeden Fachrichtung spezifisch 2. Wirtschafts- und Sozialkunde (60 min.)  Mündlich: 1. Kundenberatungsgespräch (15 min. Vorbereitung + 20 min.) 2. Fallbezogenes Fachgespräch (15 min.)	Schriftlich (EDV-gestützt am Bildschirm): 1. Fachkundlicher Teil (160 min.) praxisbezogenen Aufgaben  Mündlich: 2. Verkaufpraktischer Teil (20 min.) Kundengespräch