

Personalnotstand im Vertrieb – Probleme und Lösungen für die Zukunft

Ute Thoma,
Leiterin
Unternehmensvorsorgewelt
26.02.2025



Ihre Referentin

Ute Thoma

Leiterin Unternehmensvorsorgewelt



089 6787 9220



0174 2025 331



ute.thoma@diebayerische.de

LinkedIn

 **die Bayerische**
Unternehmensvorsorgewelt



Zur Einstimmung

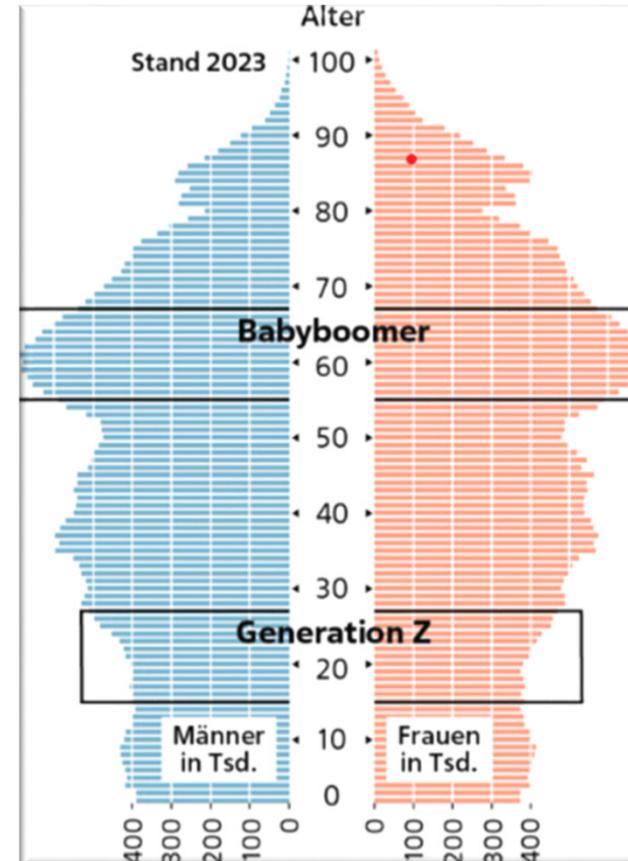
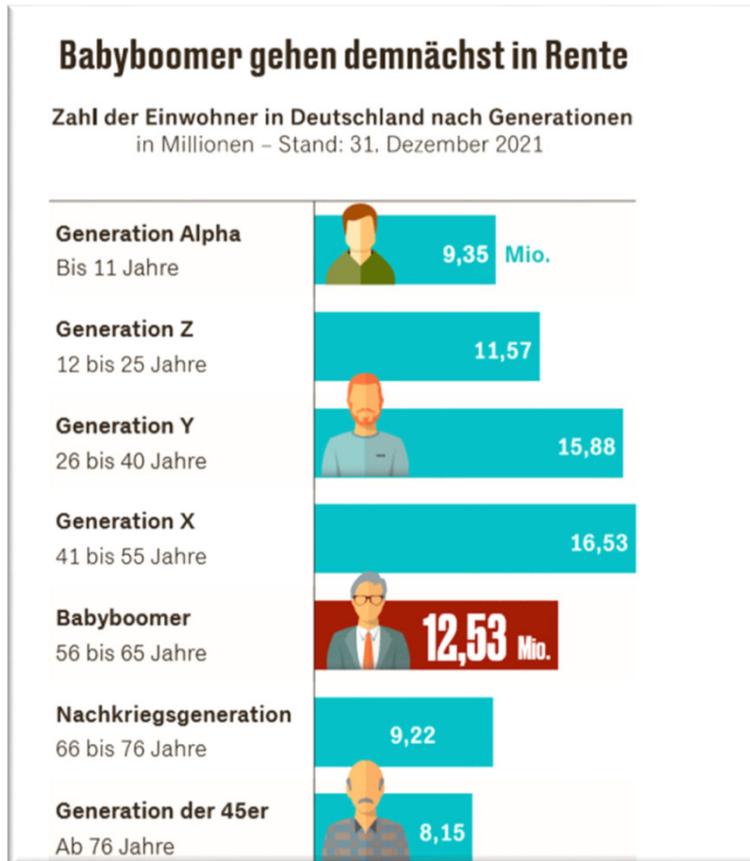


- 55 Jahre, seit 33 Jahren erfolgreich im Vertrieb, Mutter von zwei Kindern (20/22)
- Duales Studium an der Dualen Hochschule (BA) Stuttgart, Diplomarbeit – kritische Würdigung der Blüm'schen Rentenreform
- mit 22 Jahren als Maklerbetreuerin gestartet
- mit 24 Jahren erste Führungsaufgabe übernommen, Leitung einer Vertriebseinheit für Makler
- Mitbegründerin des Frauennetzwerkes der Generali Deutschland 2008, Beendigung meiner Netzwerkarbeit 2017
- 20 Jahre verheiratet, Trennung/Scheidung vor 10 Jahren
- 25 Jahre in einem großen Versicherungskonzern
- 2021 Wechsel zur Bayerischen und Aufbau der „Betrieblichen Vorsorge Vertrieb“ und der „Unternehmensvorsorgewelt“
- Treiberin des Themas „Gender-Pension-Gap“ bei uns im Haus seit 2021
- seit 2023 aktive Förderung und aktive Teilnahme am GEPS
- 2024 erste Edition F der Bayerischen – mit 20 Beraterinnen und 20 Maklerinnen
- seit 2024 **Sponsoring „ECDC Memmingen Indians Frauen“** – der erfolgreichsten Frauenmannschaft in Deutschland (Deutscher Meister 2018, 2019, 2023 und 2024, Deutscher Pokalsieger 2013, 2016, 2017 und 2018, EWLH Supercup Sieger 2017 und 2023, 11 Spielerinnen aus Memmingen sind aktuell im Team der Frauen-Nationalmannschaft, aktuell: Qualifikation Olympische Winterspiele 2026 in Mailand)

Agenda

- 1** Altersstruktur, Austritte und Arbeitsmarkt in den nächsten 10 Jahren
- 2 Wie können wir mehr Frauen für den Vertrieb gewinnen?
- 3 Ansätze der Unternehmensvorsorgewelt - die Bayerische
- 4 Ausblick: Sind Frauen eine interessante Zielgruppe?

Bis 2036 gehen 1/3 aller Erwerbstätigen in Rente



Aus dem Handelsblatt 23.01.2023 und Stern 15.06.2023

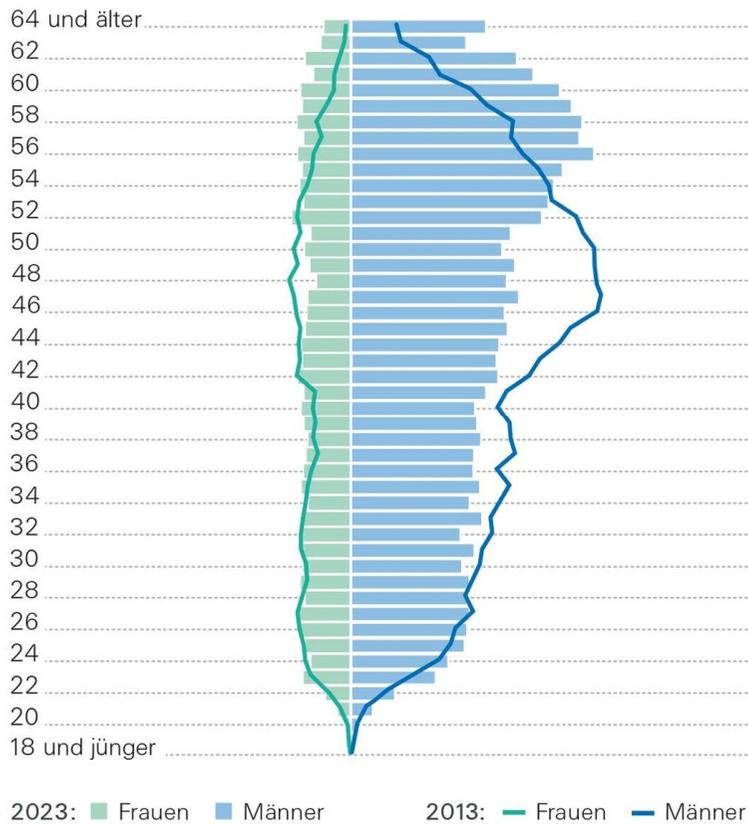
Die „Bugwelle“ 2036 kommt bei den Wirtschaftsverbänden und Unternehmen an

Sparkassen brauchen bis zu 100.000 neue Mitarbeiter: Der Finanzbranche droht in den kommenden Jahren ein erheblicher Personalmangel. Der Deutsche Sparkassen- und Giroverband (DSGV) rechnet vor, dass die etwa 350 Sparkassen in den kommenden zehn Jahren jährlich 8000 bis 10.000 neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter benötigen – darunter auch Auszubildende. Der Grund: Bei den Sparkassen geht bis 2034 fast ein Viertel der aktuell rund 190.000 Beschäftigten in Rente. Die Dienstleistungsgewerkschaft Verdi erklärt dazu: „Weil viele Beschäftigte in den Ruhestand gehen, werden die Banken viel mehr Personal verlieren, als sie eigentlich noch Stellen abbauen wollen.“

Quelle: Handelsblatt vom 07.02.2024

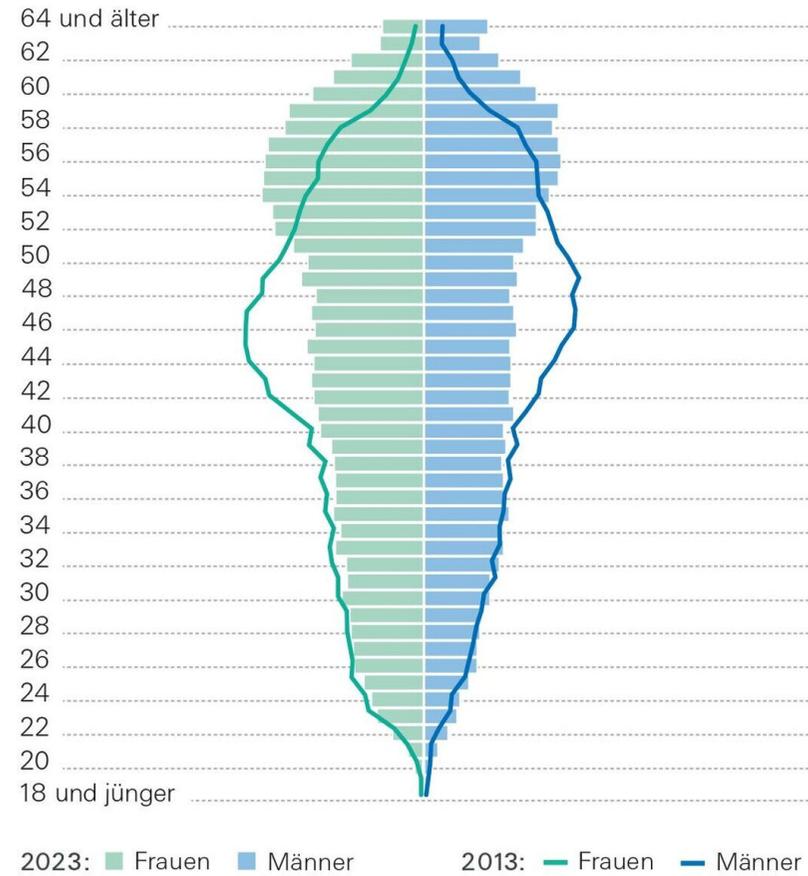
Altersstruktur Außendienst der Versicherungsbranche

➔ 2023 lag der Frauenanteil im Vertrieb bei 23,6%

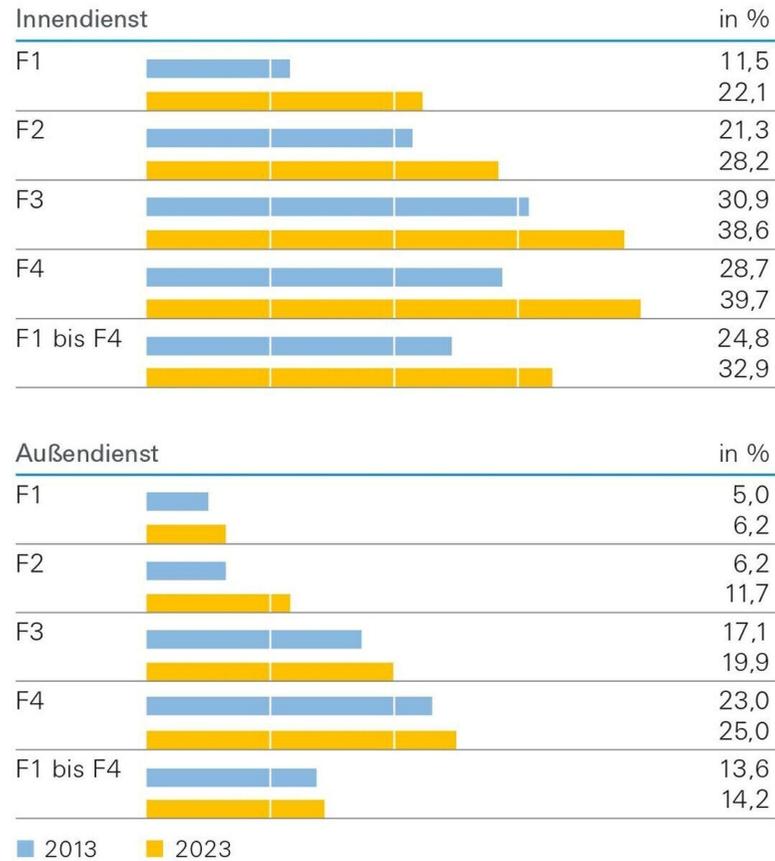


(Quelle Das Investment 14.06.2024)

Zum Vergleich der Innendienst



Führungspositionen von Frauen im Vertrieb hängen der allgemeinen Entwicklung unserer Branche hinterher - Vertrieb ist noch immer männlich



(Quelle Das Investment 14.06.2024)

Agenda

1 Altersstruktur, Austritte und Arbeitsmarkt in den nächsten 10 Jahren

2 Wie können wir mehr Frauen für den Vertrieb gewinnen?

3 Ansätze der Unternehmensvorsorgewelt - die Bayerische

4 Ausblick: Sind Frauen eine interessante Zielgruppe?

Versicherungsvertreter wird wieder letzter im Ranking

Auch in der jüngsten „Bürgerbefragung öffentlicher Dienst 2024“ landet der Versicherungsvertreter auf dem letzten Platz des Berufsgruppen-Rankings. Ganze sechs Prozent der befragten Verbraucher bringen dem Beruf ein „hohes“ Ansehen entgegen. Im Vergleich zum Vorjahr ist das ein Minus von zwei Prozentpunkten

Quelle: [Versicherungsbote 27.06.2024](#)

- Immer noch negative Wahrnehmung des Berufsbildes des Verkäufers
- Klassisches Rollenbild des Verkäufers ist verstaubt und für viele Menschen abschreckend
- Klischees wie „anhauen – umhauen – abhauen“ (unethisch und unseriös) widersprechen dem Wunsch nach Sinnstiftung (GenZ)
- IHK-Prüfungsordinator: 30 - 50% Durchfallquote, Qualität der Neustarter im Vertrieb ist in den letzten Jahren schlechter geworden

Gründe dafür einer Studie aus der genossenschaftlichen Finanzdienstleistungsbranche 2024

- Frauen im Vertrieb werden als leistungsstark wahrgenommen
- weiterführende Stellenbesetzungen mit Frauen werden unterlassen wegen drohender Familienplanung (Bedenken der FK)
- Frauen arbeiten gerne in Teams – Außendienst/ Einzelkämpfer
- Arbeitszeiten erscheinen unattraktiv
- Recruiting oft aus bestehenden Vertriebstätigkeiten heraus (Berater „muss für den Vertrieb gemacht sein“)
- Empathie wird als zentrale Vertriebskompetenz (Aufbau von Kundenbeziehungen) genannt, neben Veränderungsbereitschaft und Flexibilität
- Arbeitszeiten als Hindernis – familienfreundliche Unternehmenskultur
- Betreuungsangebote des Unternehmens für Kinder und Unterstützung bei der Angehörigenpflege
- Mentoring-Programme
- Änderung der Unternehmenskultur im Vertrieb (männlich geprägtes Vertriebsumfeld)
- Frauen im Vertrieb Sichtbarkeit geben

Wie können wir junge Menschen und Frauen für den Vertrieb begeistern?

- wichtig ist Kommunikation auf Augenhöhe mit dem Kunden, Empathie (Verständnis für den Kunden) als Schlüsselfähigkeit der Zukunft, dadurch Vertrauen gewinnen und langfristige Kundenbeziehung
- Konkurrenzkampf im Vertrieb – Frauen bevorzugen ein harmonisches und kooperatives Arbeitsklima
- Flexible Arbeitszeiten kommen Frauen und jungen Menschen entgegen, die zunehmende Digitalisierung unterstützt dieses
- Es braucht mehr weibliche Vorbilder und Sichtbarkeit, Mentoring-Programme für Frauen und dafür aber auch mehr weibliche Führungskräfte
- Agenturen mit Doppelt-Teilzeitbesetzung als Idee – für Teilzeitmütter
- Kernaufgabe des Vertriebes – Beratung und Kundenbeziehung aufbauend – ist sinnstiftend
- Altersvorsorge und Absicherung der Lebensrisiken ist sinnstiftend

Agenda

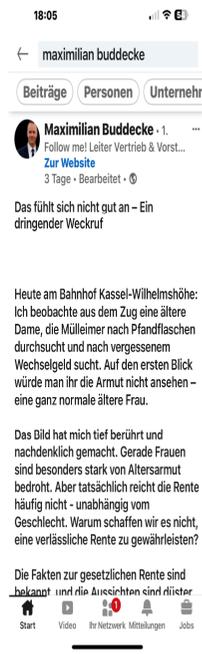
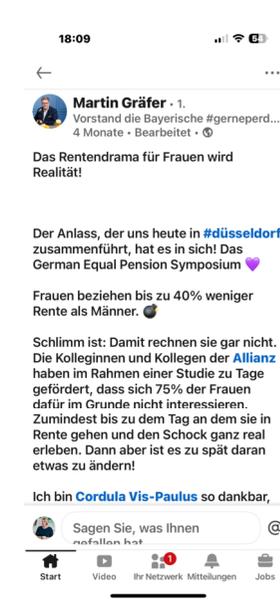
1 Altersstruktur, Austritte und Arbeitsmarkt in den nächsten 10 Jahren

2 Wie können wir mehr Frauen für den Vertrieb gewinnen?

3 Ansätze der Unternehmensvorsorgewelt - die Bayerische

4 Ausblick: Sind Frauen eine interessante Zielgruppe?

Unser Engagement Frauen im Vertrieb zu thematisieren und ihnen Sichtbarkeit geben



3. GEPS am
23.06.2025
in Köln

Unser Engagement Frauen im Vertrieb zu thematisieren und ihnen Sichtbarkeit geben



2025 Edition 2.0 – gemischtes Doppelt



Podcast
die Bayerische
63 Folgen

Gender-Pension-Gap und Lösungen über bAV Modelle

30.01.2025 | 10:00 – 11:00 Uhr
10.04.2025 | 11:00 – 12:00 Uhr
30.09.2025 | 10:00 – 11:00 Uhr
11.12.2025 | 11:00 – 12:00 Uhr

§ 100 EStG bAV-Förderbetrag für Geringverdiener

26.02.2025 | 10:00 – 11:00 Uhr
24.03.2025 | 10:00 – 11:00 Uhr
27.05.2025 | 10:00 – 11:00 Uhr
24.09.2025 | 14:00 – 15:00 Uhr
24.11.2025 | 11:00 – 12:00 Uhr

Webinare für den Vertrieb zum Thema

Agenda

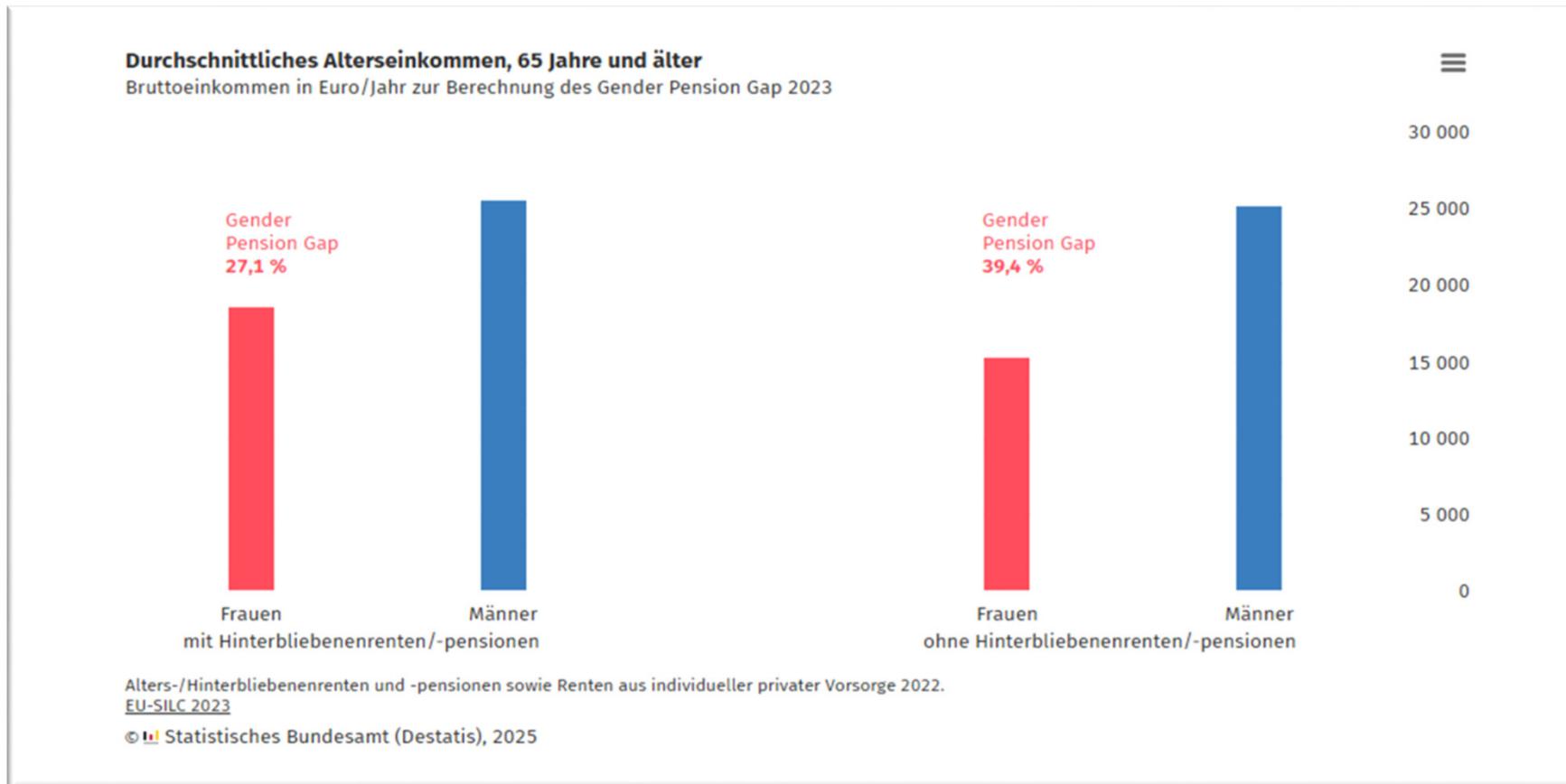
1 Altersstruktur, Austritte und Arbeitsmarkt in den nächsten 10 Jahren

2 Wie können wir mehr Frauen für den Vertrieb gewinnen?

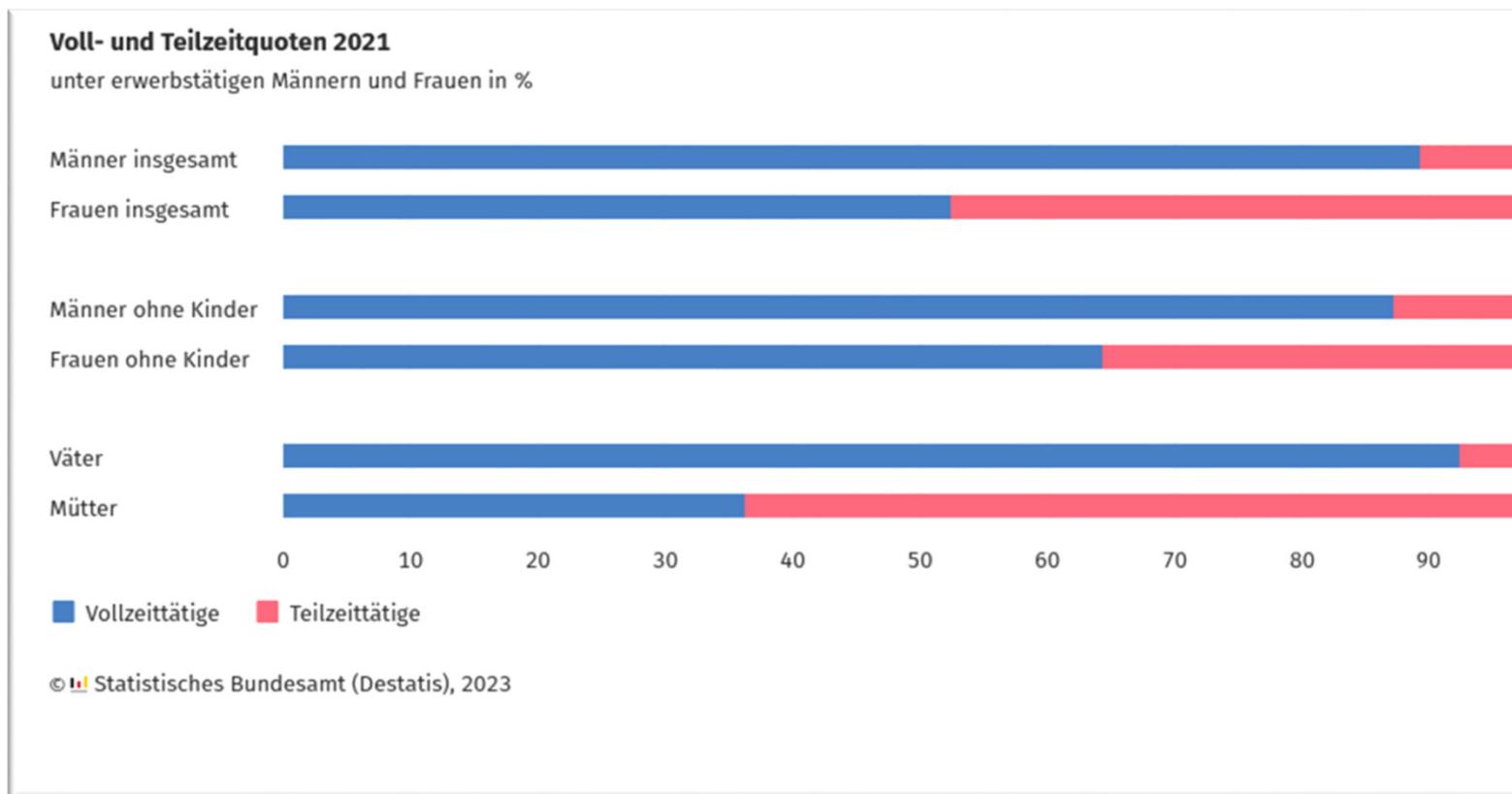
3 Ansätze der Unternehmensvorsorgewelt - die Bayerische

4 **Ausblick: Sind Frauen eine interessante Zielgruppe?**

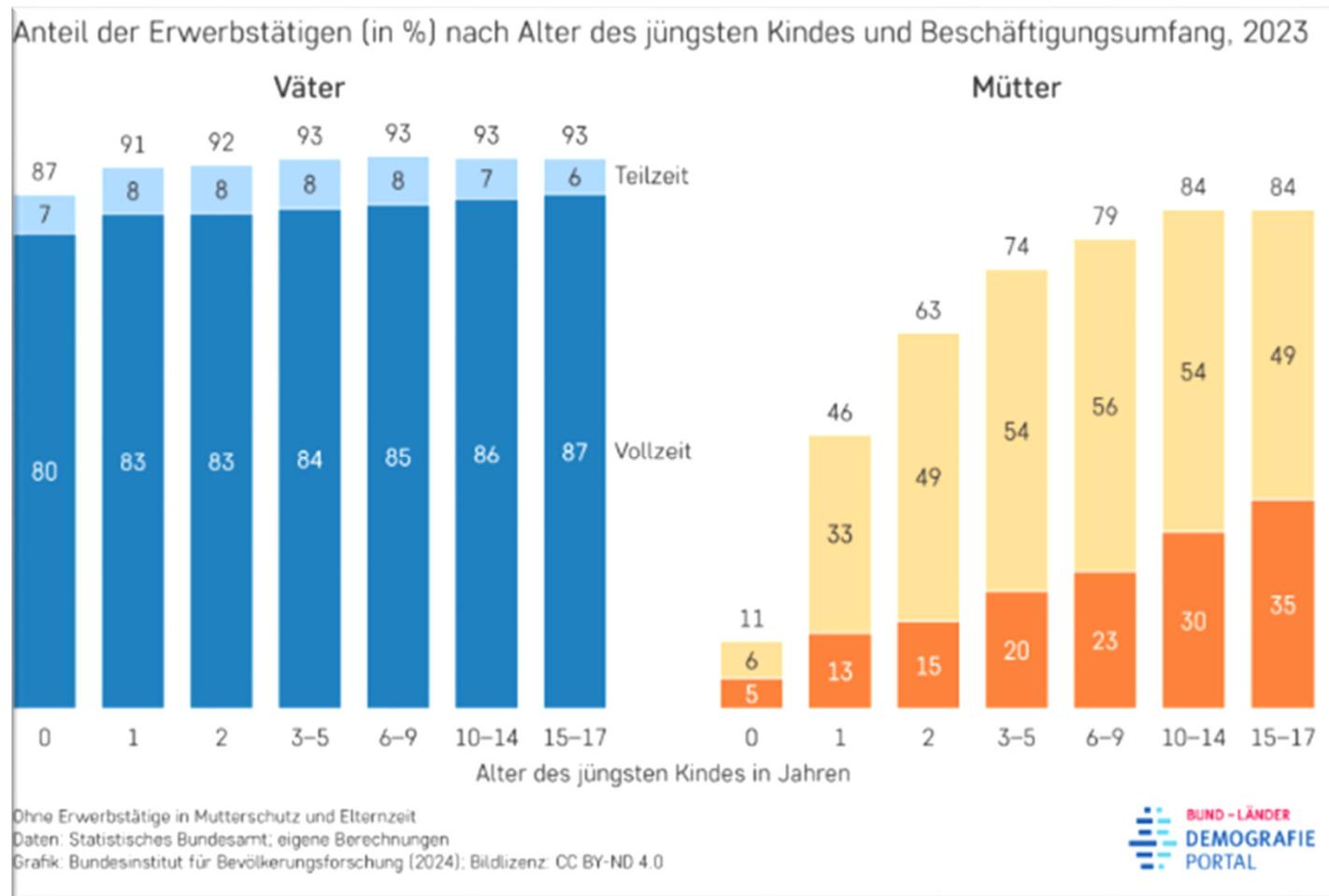
Gender-Pension Gap – geschlechterspezifische Altersversorgungslücke



Teilzeitquoten ein Hauptgrund

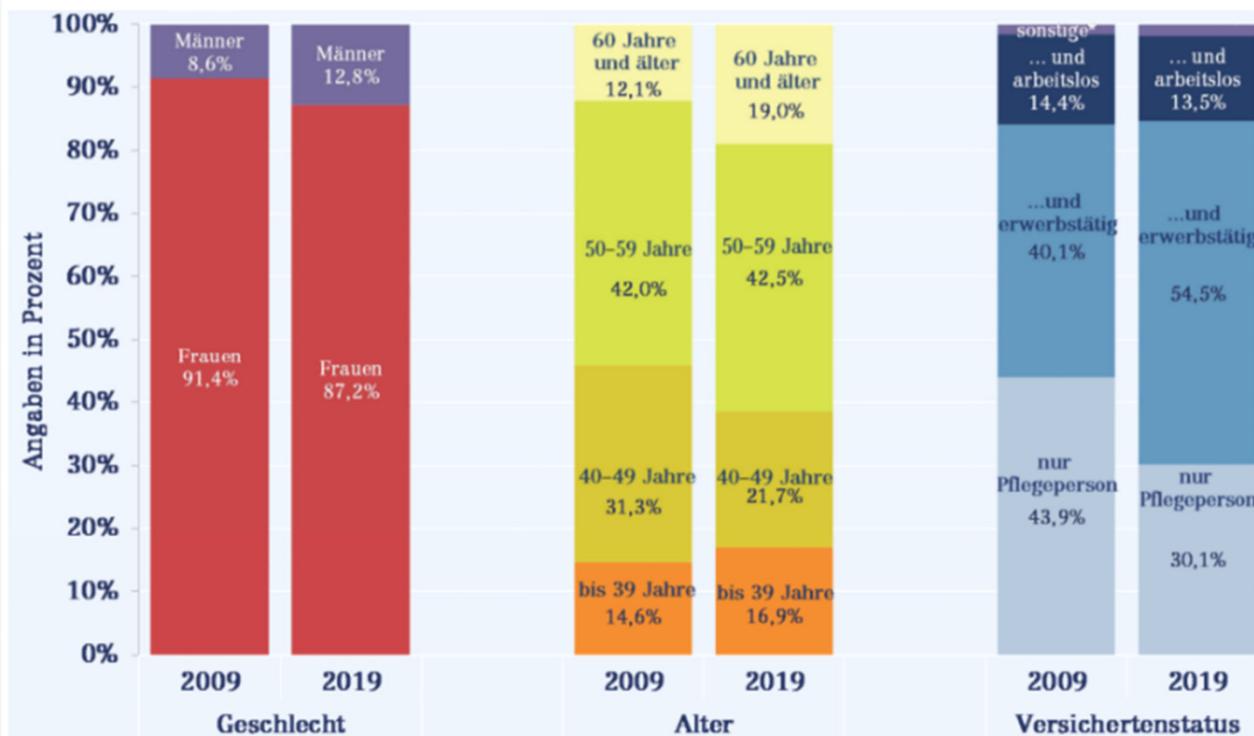


Erwerbstätigenquote von Eltern



Pflege der Eltern und Schwiegereltern

Abb. 21: Zusammensetzung der rentenversicherten Pflegepersonen nach Geschlecht, Alter und Erwerbsstatus am Jahresende 2009 und 2019



* Anteile unter 3 Prozent sind nicht ausgewiesen.

Quelle: Statistik der Deutschen Rentenversicherung – Versicherte 2010 und 2020, aktualisierte Vorjahreszahlen, Tab. A12

https://www.deutsche-rentenversicherung.de/SharedDocs/Downloads/DE/Statistiken-und-Berichte/Berichte/versichertenbericht_2022.html

Gender-Pension-Gap über alle Schichten

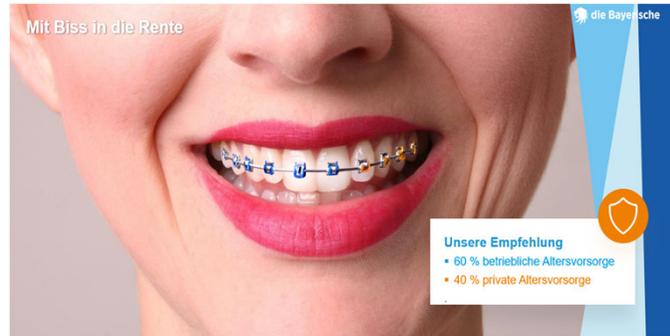
Durchschnitt	Männer	Frauen
GRV	1.430€	1.110€
bAV	730€	390€
pAV	830€	540€
Gesamt <u>brutto</u>	2.990€	2.040€

Quelle Bericht ntv vom 25.02.2024 „So viel Geld haben Rentner wirklich“

„Frauen dürften die bisher großen Geschlechterunterschiede eine Warnung sein: Der Abstand zu den Männern bei der eigenen gesetzlichen Rente wird kleiner, die Scheidungsquote lag zuletzt aber immer noch bei 35 Prozent. Ein gutes Gehalt ist die beste Absicherung fürs Alter - für beide Geschlechter.“

Unsere Branchenirrtümer in der Beratung

- immer noch von Versorgungslücke reden – der Begriff ist zu niedriglich



- Die „Versorgungslücke“ bei in Teilzeit Arbeitenden im Bezug zum Nettoeinkommen berechnen – es reicht später ja auch keine Teilzeitrente!
- die Altersversorgung muss aus dem eigenen Einkommen gezahlt werden – in Teilzeit zählt das Familieneinkommen
- Beitragsfreistellungen der Altersversorgung bei Schwangerschaft oder Elternzeit einfach „Durchwinken“ – anlassbezogene Beratung
- zu wenige Informationsrunden für junge Frauen zum Thema Finanzen (Financial Education)
- Vertriebliche Glaubenssätze hinterfragen - eine Frau mit einem Nettoeinkommen von 1.500€ kann keine 300€ für ihre Altersversorgung aufwenden,,,
- mit den Babyboomern gehen auch unsere männlichen Kunden in Rente – eine ausgleichende Anzahl an jungen männlichen Kunden wird es nicht geben -
- gleichzeitig haben wir einen erhöhten Versorgungsbedarf bei unseren Kundinnen, dem wir als Branche aktuell noch nicht nachkommen

Mein Fazit:

- Die demografische Entwicklung hat einen signifikanten Einfluss auf den Versicherungsvertrieb.
- Veränderungen in der Bevölkerungsstruktur, insbesondere in der Altersverteilung, Geburtenraten und Migration beeinflussen sowohl die Nachfrage nach Versicherungsprodukten als auch die Verfügbarkeit von qualifizierten Fachkräften im Vertrieb
- Die damit einhergehende Belastung für unsere Sozialsysteme erhöhen gleichzeitig den Absicherungsbedarf unserer Bürger.
- Der Wettbewerb um gute Fachkräfte in der Beratung wird zunehmen – bei weniger Nachwuchs.
- In dieser Entwicklung liegt eine große Chance unserer Branche durch einen Change unserem Imageproblem entgegenzuwirken.
- Ohne einen attraktiven Vertrieb für weibliche Beraterinnen und einen geänderten Beratungsansatz werden wir als Branche die Chancen der Zielgruppe „Frau“ in der Altersversorgung nicht realisieren können und vergeben uns so gute Wachstumschancen.
- Ebenso werden wir unser Imageproblem nicht lösen, wenn wir nicht auf nachhaltigeren weiblichen Vertrieb setzen.
- Wir als die Bayerische hatten 2023 erstmals mehr aktive bAV-Verträge von Frauen im Bestand als von Männern!!!