expertenReport

Quelle: Redaktion experten.de / KI-generiert

ALH baut Versicherungsnachwuchs aus und verändert die Ausbildungsinhalte

Michael Fiedler

57 Auszubildende und dual Studierende starten 2026 bei der ALH Gruppe – 13 mehr als im Vorjahr. Rund 90 Prozent der ausgeschriebenen Plätze konnten besetzt werden. Die Zahlen bestätigen einen Trend, der sich in der Versicherungswirtschaft bereits abzeichnet: Die Branche investiert weiter in den eigenen Fachkräftenachwuchs. Gleichzeitig verändert sich, was junge Beschäftigte lernen sollen – Künstliche Intelligenz gehört bei der ALH von Beginn an dazu.

34 Nachwuchskräfte starteten bereits zum 1. August am Standort Oberursel. Zum 1. September folgten 20 in Stuttgart sowie zwei in Mannheim und eine Nachwuchskraft in Düsseldorf. Insgesamt befinden sich damit zum Stichtag 150 junge Menschen bei der ALH Gruppe in Ausbildung oder einem dualen Studium. Auch die Besetzungsquote fällt hoch aus. In Oberursel waren 37 und in Stuttgart 26 Stellen ausgeschrieben. Von insgesamt 63 angebotenen Plätzen wurden damit 57 besetzt – rund 90 Prozent.

Versicherer setzen weiter auf eigenen Nachwuchs

Die Entwicklung bei der ALH Gruppe passt zu einem breiteren Branchentrend. Versicherungsunternehmen investieren trotz eines zunehmend umkämpften Bewerbermarktes weiter in Ausbildung und duale Studiengänge. Eine Ausbildungsumfrage von Berufsbildungswerk der Deutschen Versicherungswirtschaft (BWV) und Arbeitgeberverband der Versicherungsunternehmen in Deutschland (AGV) hatte zuletzt gezeigt, dass Unternehmen ihre Nachwuchsarbeit weiter ausbauen und neue Wege bei Ansprache und Ausbildung gehen. Dass die Investitionen nicht mit der Einstellung enden, zeigen auch die Abschlusszahlen: Nach der Branchenumfrage bestehen 96 Prozent der Auszubildenden ihre Abschlussprüfung. Zwei Drittel der Absolventen werden anschließend unbefristet übernommen. Für die Versicherungswirtschaft wird die eigene Ausbildung damit zunehmend zu einem Instrument der Fachkräftesicherung. Das ist auch deshalb relevant, weil in den kommenden Jahren zahlreiche erfahrene Beschäftigte altersbedingt aus den Unternehmen ausscheiden werden.

KI gehört vom ersten Ausbildungstag an dazu

Mit der Zahl der Ausbildungsplätze verändert sich zugleich das Anforderungsprofil. Fachwissen allein reicht nach

Einschätzung der ALH Gruppe für den künftigen Berufsalltag nicht mehr aus. Prozessverständnis, die Fähigkeit, sich schnell in neue Themen einzuarbeiten, und der Umgang mit digitalen Technologien gewinnen an Bedeutung. Eine besondere Rolle spielt dabei Künstliche Intelligenz. „Der zunehmende Einsatz von Künstlicher Intelligenz verändert die Arbeitswelt spürbar. Deshalb sind junge Talente gefragt, die KI sinnvoll nutzen und gleichzeitig kritisch hinterfragen können“, sagt Dr. Bettina Klippel-Schröck, Zentralbereichsleiterin Personalentwicklung in der ALH Gruppe.

Der Umgang mit KI als Arbeitsmittel ist deshalb nach Angaben des Unternehmens bereits von Beginn an Bestandteil der Ausbildung. In den Fachbereichen sollen die Nachwuchskräfte nicht nur lernen, entsprechende Anwendungen einzusetzen. Sie sollen auch deren Ergebnisse fachlich einordnen und kritisch überprüfen können. Damit verändert KI die Nachwuchsqualifizierung auf zwei Ebenen: Junge Beschäftigte müssen neue Werkzeuge beherrschen, zugleich bleibt fachliche Kompetenz notwendig, um deren Ergebnisse beurteilen zu können. Soziale Fähigkeiten verlieren dadurch nach Einschätzung der ALH Gruppe keineswegs an Bedeutung. Zuverlässigkeit, Teamfähigkeit, Kommunikationsstärke und Eigenverantwortung zählt Klippel-Schröck weiterhin zu den entscheidenden Kompetenzen.

Neuer Studiengang verbindet Mathematik und Finanzmärkte

Auch bei den angebotenen Studiengängen wird die stärkere Ausrichtung auf analytische Kompetenzen sichtbar. Erstmals bietet die ALH Gruppe zwei Plätze für den dualen Studiengang „Analytics in Business & Financial Markets“ an. Das Mathematikstudium verbindet analytische Methoden mit wirtschaftlichen Fragestellungen und Anforderungen der Finanzmärkte. Beide angebotenen Studienplätze konnten zum Start besetzt werden. Der neue Studiengang steht damit exemplarisch für eine Entwicklung, die sich durch Digitalisierung, Automatisierung und datenbasierte Geschäftsmodelle in der Versicherungswirtschaft verstärkt: Neben klassischem Versicherungswissen wächst der Bedarf an mathematischen, technologischen und analytischen Kompetenzen.

Nach der Zusage beginnt die Bindung

Gleichzeitig verändert sich die Nachwuchsgewinnung. Die ALH Gruppe setzt dabei nach eigenen Angaben weiterhin stark auf persönliche Empfehlungen, Recruiting-Plattformen wie ausbildung.de, Azubiyo und Stepstone sowie klassische Schülerpraktika. Instagram und Arbeitgeberbewertungsplattformen wie Kununu sollen die Wahrnehmung als Arbeitgeber ergänzen. Bemerkenswert ist, dass die Nachwuchsarbeit nicht mit der Vertragsunterschrift endet. Zwischen Zusage und Ausbildungsbeginn hält das Unternehmen gezielt Kontakt zu den künftigen Nachwuchskräften.

Dazu gehören der Austausch mit einem persönlichen Buddy, ein gemeinsamer Pizza-Abend und ein Informationsabend für Angehörige. Die Angebote sollen den Einstieg erleichtern und bereits vor dem ersten Arbeitstag eine Bindung zum Unternehmen aufbauen. Damit verschiebt sich auch die Grenze zwischen Recruiting und Mitarbeiterbindung. Angesichts des Wettbewerbs um Schulabgänger reicht es für Ausbildungsbetriebe zunehmend nicht mehr, Bewerber für eine Stelle zu gewinnen. Sie müssen verhindern, dass der Kontakt zwischen Vertragsabschluss und tatsächlichem Ausbildungsbeginn wieder verloren geht.

Ausbildung wird Teil der Fachkräftestrategie

Die 57 neuen Auszubildenden und dual Studierenden der ALH Gruppe sind zunächst eine Unternehmenszahl. Im Zusammenhang mit der Entwicklung der Versicherungswirtschaft zeigt sich dahinter jedoch eine größere Bewegung. Die Branche setzt verstärkt darauf, benötigte Fachkräfte selbst auszubilden. Gleichzeitig muss sie junge Menschen auf Tätigkeiten vorbereiten, deren Anforderungen sich durch Digitalisierung und Künstliche Intelligenz verändern. Damit verschiebt sich auch die Frage, an der sich erfolgreiche Nachwuchsarbeit messen lassen muss. Es geht nicht mehr allein darum, wie viele Ausbildungsplätze angeboten und besetzt werden. Entscheidend wird ebenso, welche Kompetenzen dort vermittelt werden – und ob es gelingt, die gewonnenen Nachwuchskräfte langfristig im Unternehmen zu halten.

Versicherungs- und Finanznachrichten

expertenReport

https://www.experten.de/id/4951693/ALH-baut-Versicherungsnachwuchs-aus-und-veraendert-die-Ausbildungsinhalte/