

Zusatzqualifikation

„Digitale Kompetenzen für Auszubildende zum *Kaufmann/*
zur Kauffrau für Versicherungen und Finanzen“

Lehrplan für die Vermittlung digitalen Kompetenzen in den versicherungsfachlichen
Klassen der Berufsschulen





Inhaltsverzeichnis

Seite

Vorwort.....	2
Übersicht der Lernfelder.....	4
Lernfeld 1: Technische Ausstattung auswählen und Einsatz digitaler Medien kundenorientiert gestalten	5
Lernfeld 2: Medienauftritt planen, gestalten und einen Content erstellen	10
Lernfeld 3: Versicherung 4.0 – wie Digitalisierung Produkte und Vertriebsprozesse verändert	14



Vorwort

Die Digitalisierung der Versicherungswirtschaft stellt neue Anforderungen an die Kompetenzen der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Unsere Studie Kompetenzlabor¹ hat die konkreten Anforderungen für unterschiedliche Tätigkeitsprofile unter die Lupe genommen und diese für den Ausbildungsberuf „Kaufleute für Versicherungen und Finanzen“ präzisiert. Um Auszubildende auf künftige Tätigkeitsfelder rechtzeitig vorzubereiten und die Handlungsfähigkeit für die digitalisierte Versicherungswirtschaft sicherzustellen, sollen digitale Kompetenzen bereits während der Ausbildungsphase gefördert werden.

Die Zusatzqualifikation „Digitale Kompetenzen für Kaufleute für Versicherungen und Finanzen“ zielt auf die Entwicklung digitaler Kompetenzen ab, welche für Tätigkeitsfelder in der Versicherungswirtschaft relevant sind. Als Grundlage für den Einsatz in den Berufsschulen dienen beispielhafte Lernszenarien, welche in Anlehnung an die Lernfeldsystematik erarbeitet wurden.

Das Curriculum weist ebenfalls einen fachsystematischen Aufbau der relevanten inhaltlichen Schwerpunkte auf. Die Module *Grundlagen der Digitalisierung*, *digitale Kommunikation und Kollaboration*, *Big Data*, *Cybersecurity* sowie *agile Arbeits- und Projektmethode* nehmen Bezug auf die Einsatzgebiete in der Versicherungswirtschaft und konkretisieren die in den Lernszenarien definierten Lernziele. Für die Durchführung des Angebots ist ein zeitlicher Rahmen von ca. 80 Unterrichtseinheiten angedacht, die organisatorische Planung obliegt den Berufsschulen.

Besonderer Dank gilt den Experten aus Versicherungsunternehmen und Berufsschulen, die mit ihrer versicherungsfachlichen, digitalen sowie pädagogisch-didaktischen Expertise die Konzipierung der Zusatzqualifikation ermöglicht haben, dem Ministerium für Schule und Bildung Nordrhein-Westfalen sowie den Berufsschulen an den Standorten Bonn, Köln und Münster für die Ermöglichung der Pre-Pilotierung. Das Konzept wird den Berufsschulen mit versicherungsfachlichen Klassen sowie den Bildungsverantwortlichen und -interessierten der Versicherungswirtschaft zur Verfügung gestellt.

Vesna Kranjčec-Sang
Projektleitung
BWV Bildungsverband

¹ https://www.bwv.de/fileadmin/user_upload/BWV/Allgemein_BWV_Verband/bildungspolitik/Kompetenzlabor/BWV-Bildungsverband_Studie_Kompetenzlabor.pdf



– Übersicht der Lernfelder –

1. Technische Ausstattung auswählen und Einsatz digitaler Medien kundenorientiert gestalten	30 UStd.
2. Medienauftritt planen, gestalten und einen Content erstellen	30 UStd.
3. Versicherung 4.0 – wie die Digitalisierung Produkte und Vertriebsprozesse verändert	20 UStd.
	<hr/>
	80 UStd.



Lernfeld 1: Technische Ausstattung auswählen und Einsatz digitaler Medien kundenorientiert gestalten

Zeitrictwert: 30 Unterrichtsstunden

Digitale Kompetenzen:

Im Sinne der berufsbezogenen und gesellschaftlichen Teilhabe wählen Schülerinnen und Schüler geeignete und zukunftsorientierte Hard- und Software für eine Vertriebseinheit reflektiert aus und gehen damit verantwortungsvoll um (Zielkompetenz 1). Sie wenden bei der Informationsrecherche Suchstrategien an, nutzen digitale Werkzeuge aufgabengerecht (Zielkompetenz 2) und setzen diese im Rahmen der Kommunikationsprozesse reflektiert und zielgerichtet ein (Zielkompetenz 3). Bei ihrer Entscheidungsfindung beachten sie die rechtlichen Grundlagen des Persönlichkeits-, Urheber- und Nutzungsrechts (Zielkompetenz 4) sowie die wirtschaftlichen Interessen ihres Unternehmens (Zielkompetenz 5).

Zielkompetenzen (ZK) nach dem Deutschen Qualifikationsrahmen (DQR)

Fachkompetenz		Personale Kompetenz	
Wissen	Fertigkeiten	Sozialkompetenz	Selbstständigkeit
ZK 1, ZK 4, ZK 5	ZK 1, ZK 2, ZK 3, ZK 5	ZK 3, ZK 4	ZK 1, ZK 2, ZK 5



Inhalte für das Lernfeld 1 gemäß Curriculum²:

Inhalte	Kompetenzziele (Curriculum)
Leistungsmerkmale von Geräten (Notebooks, Tablets, Smartphones etc.)	1.1
Peripheriegeräte und Schnittstellen (USB, HDMI, Funknetze etc.)	1.2
Betriebssysteme, Anwendungssoftware, Branchen-/Individualsoftware der Versicherungswirtschaft, Lizenzierung von Software	1.3
Speichermedien, Dateitypen	1.4
Netzwerk/Netzwerkkomponenten	1.5
Green IT	1.6
Digitale Informationskanäle (bspw. Suchmaschinen (SEO))	2.2
Informationssicherheit/Datenschutz	4.1, 4.2
Klassisches Projektmanagement	5.1

² Nähere Hinweise im „Zusatzqualifikation / Curriculum“ ab Seite 21 (Aufzählung der Kompetenzziele, Qualifikationsinhalte und Erläuterungen)



Lernsituationsvorschlag zum Lernfeld 1: Die Versicherungsagentur für die Anforderungen der digitalen Welt ausstatten

Einstiegsszenario:

- Die Proximus-Agentur „Heine & Töchter“ ist in die Jahre gekommen. Insbesondere die technische Ausstattung macht dem Agenturteam zu schaffen. Ferner wünschen sich viele Kunden einen zeitgemäßen Service. Ihre Agenturleitung hat sich entschieden, in neue Hard- und Softwarelösungen zu investieren. Sie erhalten die Aufgabe, einen zukunftsweisenden und nachhaltigen Vorschlag dafür auszuarbeiten.

Handlungsprodukt/Lernergebnis:

- Zusammenstellung von technischen, wirtschaftlichen, rechtlichen, organisatorischen und ökologischen Anforderungen der neuen Ausstattung
- quantitativ und qualitativ begründete Auswahlentscheidung für die Gestaltung der digitalen Infrastruktur der Versicherungsagentur (inkl. Kosten-/ Nutzenanalyse)

Kompetenzen:

- unter Einbeziehung von Suchstrategien recherchieren, Informationen auswerten und aufbereiten
- rechtliche Grundlagen zur Informationssicherheit anwenden
- technische und organisatorische Maßnahmen zur Gewährleistung der Informationssicherheit/Cybersecurity kennen
- technische, organisatorische, wirtschaftliche, rechtliche und ökologische Anforderungen an eine zeitgemäße IT-Infrastruktur einer Versicherungsagentur formulieren
- eine Kosten-/Nutzenanalyse zur vergleichenden Bewertung alternativer betrieblicher IT-Infrastrukturen durchführen
- die verschiedenen Arten von IT-Geräten kennen und bedarfs- sowie zielgerecht einsetzen
- Hardwarekomponenten und deren Aufgaben kennen und im beruflichen Kontext einsetzen
- Software und deren Anwendungsmöglichkeiten kennen, betriebsgängige Software einsetzen und relevante Apps für den betrieblichen Kontext nutzen
- Lizenzmodelle bei der Software kennen und für den Einsatz in einer Vertriebsseinheit zielgerichtet auswählen
- verschiedene Speichermedien und Dateitypen abgrenzen sowie die angemessenen Datenformate für den Datenaustausch anwenden
- Netzwerkkomponenten und -funktionalitäten kennen und nutzen
- einen ressourcen- und umweltschonenden Einsatz der IT kennen, reflektieren und anwenden
- Grundlagen des Projektmanagements kennen und anwenden



Lernsituationsvorschlag zum Lernfeld 1: Die Versicherungsagentur für die Anforderungen der digitalen Welt ausstatten

Konkretisierung der Inhalte:

- Leistungsmerkmale von Geräten (Notebooks, Tablets, Smartphones...)
- Peripheriegeräte
- Schnittstellen (USB, HDMI, Funknetze...)
- Betriebssysteme, Anwendungssoftware, Branchen-/Individualsoftware der Versicherungswirtschaft; Lizenzierung von Software
- Speichermedien, Dateitypen
- Netzwerk/Netzwerkkomponenten
- Green IT
- Informationssicherheit/Datenschutz
- Klassisches Projektmanagement
- Digitale Informationskanäle

Lern- und Arbeitstechniken:

- klassisches Projektmanagement
- Internetrecherche
- kollaborative softwaregestützte Arbeitsmethoden
- Präsentationstechniken

Unterrichtsmaterial (Auszug/Beispiele):

- fiktiver Katalog einzelner IT-Komponenten
- Arbeitsaufträge im Rahmen des Szenarios



Lernsituationsvorschlag zum Lernfeld 1: Die Versicherungsagentur für die Anforderungen der digitalen Welt ausstatten

Organisatorische Hinweise:

- Sicherstellung der geeigneten technischen und räumlichen Ausstattung
- Begleitung durch zwei Lehrkräfte (versicherungsfachlicher und IT-Hintergrund im Idealfall)
- Hinweise zu innovativen Präsentationsmöglichkeiten geben
- IT-gestützte Präsentationen des Handlungsprodukts/Lernergebnisses wünschenswert
- Vorstellung der Ergebnisse als Gruppenarbeit gestalten



Lernfeld 2: Medienauftritt planen, gestalten und einen Content erstellen

Zeitrictwert: 30 Unterrichtsstunden

Digitale Kompetenzen:

Die Schülerinnen und Schüler planen und gestalten unter Berücksichtigung von Kundennutzen und Wirtschaftlichkeit einen Medienauftritt, im Anschluss beurteilen sie diesen (Zielkompetenz 1). Sie kreieren innovativen, zielgruppenadäquaten Content, insbesondere zur Kundenkommunikation und wenden dabei Gestaltungsmittel nach Qualität-/Nutzenkriterien zielführend an (Zielkompetenz 2). Sie berücksichtigen bei der Umsetzung Datenschutz und Informationssicherheit/Cybersecurity zur Abwehr wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Risiken (Zielkompetenz 3).

Zielkompetenzen (ZK) nach dem Deutschen Qualifikationsrahmen (DQR)

Fachkompetenz		Personale Kompetenz	
Wissen	Fertigkeiten	Sozialkompetenz	Selbstständigkeit
ZK 1, ZK 2, ZK 3	ZK 1, ZK 2, ZK 3,	ZK 1	ZK 1, ZK 2, ZK 3



Inhalte für das Lernfeld 2 gemäß Curriculum³:

Inhalte	Kompetenzziele (Curriculum)
Digitale Kommunikationskanäle (Mail, Chat, Webkonferenz, Social Media, Blog etc.)	2.1
Digitaler Auftritt: Webdesign/Appdesign (CMS, mockup tools etc.) und Social Media Guide	2.3
Digitaler Content (bspw. Videos, Infografiken, Infotexte)	2.5
Tools zur Kollaboration (bspw. Google docs, OneNote)	2.4
Design Thinking	5.3
Informationssicherheit/Cybersecurity und Datenschutz (EU-DSGVO)	4.1, 4.2
Verschlüsselung von Dateien, digitale Signaturen	4.3
Agile Projektmethoden	5.2

³ Nähere Hinweise im „Zusatzqualifikation / Curriculum“ ab Seite 21 (Aufzählung der Kompetenzziele, Qualifikationsinhalte und Erläuterungen)



Lernsituationsvorschlag zum Lernfeld 2: Webauftritt 4.0 für die Versicherungsagentur planen, mit Content-Angeboten ausstatten und digitale Kommunikationskanäle einbeziehen

Einstiegsszenario:

- Kunden bitten die Agentur „Heine und Töchter“ ihre Online-Präsenz auszubauen, um die Erreichbarkeit zu verbessern. Daraufhin beschließt die Agentur, bisherige Vertriebs- und Kommunikationsstrukturen zu überprüfen. Sie plant eine neue Online-Strategie für Webpräsenz und Multikanalkommunikation unter Berücksichtigung vorgegebener Regelungen zur digitalen Kommunikation (bspw. Social Media Guide, Corporate Identity)

Handlungsprodukt/Lernergebnis:

- Bewertung der gängigen sozialen Medien sowie der Kommunikationskanäle für den betrieblichen Einsatz (unter Berücksichtigung von Customer Journey)
- Social Media Guide für die Agentur
- Skizze/Mockup einer Website oder einer App inkl. konkreter Content-Beispiele

Kompetenzen:

- rechtliche, ethische, kulturelle und gesellschaftliche Normen für digitale Kommunikation und Kooperation kennen, formulieren und reflektiert anwenden
- unter Einbeziehung von Suchstrategien recherchieren, Informationen auswerten und aufbereiten
- Quellen bewerten, digitalen Content auswählen und rechtssicher nutzen
- rechtliche Grundlagen zur Informationssicherheit anwenden
- technische und organisatorische Maßnahmen zur Gewährleistung der Informationssicherheit/Cybersecurity kennen
- Software zur Contenterstellung sowie zur Erstellung von Webseiten bzw. Apps aus der Backend- und Frontendperspektive beurteilen und auswählen
- digitale Produkte zielgruppengerecht planen und skizzieren
- die Grundlagen der Design Thinking Methode kennen und anwenden
- bei der Nutzung der digitalen Medien für beide Kommunikationspartner Resilienz und Selbstverantwortung beachten



Lernsituationsvorschlag zum Lernfeld 2: Webauftritt 4.0 für die Versicherungsagentur planen, mit Content-Angeboten ausstatten und digitale Kommunikationskanäle einbeziehen

Konkretisierung der Inhalte:

- Marketing für den Kunden 4.0
- Prinzipien der Suchmaschinenoptimierung
- Webdesign/Appdesign
- Customer Journey
- Design Thinking
- Social Media Codex
- digitaler Content (Videos, Infografiken, Infotexte...)
- digitale Kommunikationskanäle (Mail, Chat, Social Media, Online-Kundenbefragung, Webkonferenz etc.)
- Datensicherheit
- Informationssicherheit/Cybersecurity und Datenschutz (EU-DSGVO)
- Verschlüsselung von Dateien, digitale Signaturen

Lern- und Arbeitstechniken:

- Design Thinking Methode
- agile Projektmethoden
- Internetrecherche
- kollaborative Arbeitsmethoden über Software

Unterrichtsmaterial (Auszug/Beispiele)⁴

- Hirschfeld, S. T. von/Josche, T. (2018): Lean Content Marketing: Groß denken, schlank starten. Praxisleitfaden für das B2B-Marketing. Sebastopol
- Ansari, S/ Müller, W. (2018): Content Marketing
- Mockup Tools
- Arbeitsaufträge im Rahmen des Szenarios

⁴ Weitere Onlinequellen werden in der Anlage aufgeführt



**Lernsituationsvorschlag zum Lernfeld 2:
Webauftritt 4.0 für die Versicherungsagentur planen, mit Content-Angeboten
ausstatten und digitale Kommunikationskanäle einbeziehen**

Organisatorische Hinweise:

- Begleitung durch zwei Lehrkräfte (versicherungsfachlicher und IT-Hintergrund im Idealfall)
- Sicherstellung der geeigneten technischen und räumlichen Ausstattung
- Digitaler Museumsgang in Verbindung mit einem kriteriengestützten Auftrag
- Review und Reflektion (Expertenunterstützung, digitales Voting, Plenum)



Lernfeld 3:

Versicherung 4.0 – wie Digitalisierung Produkte und Vertriebsprozesse verändert

Zeitrictwert: 20 Unterrichtsstunden

Digitale Kompetenzen:

Die Schülerinnen und Schüler analysieren die aus der Digitalisierung resultierenden Produktentwicklungen der Versicherungskonzerne und beurteilen diese (Zielkompetenz 1). Sie erkennen die Relevanz von Big Data, überprüfen und ggf. reorganisieren daraufhin die Erhebung, Strukturierung und Sicherung ihres eigenen Datenbestandes (Zielkompetenz 2). Sie passen bewährte Kommunikations- und Vertriebskonzepte an die Erfordernisse der Versicherung 4.0 an und entwickeln wirtschaftliche und ethisch vertretbare Lösungen (Zielkompetenz 3).

Zielkompetenzen (ZK) nach dem Deutschen Qualifikationsrahmen (DQR)

Fachkompetenz		Personale Kompetenz	
Wissen	Fertigkeiten	Sozialkompetenz	Selbstständigkeit
ZK 1, ZK 2, ZK 3	ZK 2, ZK 3	ZK, ZK 3	ZK 1, ZK 2



Inhalte für das Lernfeld 3 gemäß Curriculum⁵:

Inhalte	Kompetenzziele (Curriculum Anlage 1)
Daten im Branchenkontext (Data Mining, Big Data, Smart Data etc.)	3.1
Datenbank, Datenverwaltung	3.2, 3.3
Big Data	3.4
Produktentwicklung (bspw. Telematik-Tarife)	3.4

⁵ Nähere Hinweise im „Zusatzqualifikation / Curriculum“ ab Seite 21 (Aufzählung der Kompetenzziele, Qualifikationsinhalte und Erläuterungen)

Lernsituationsvorschlag zum Lernfeld 3: Vor dem Hintergrund der Big Data Entwicklungen Vertriebskonzept für „pay-as-you-live“ Produkte erstellen

Einstiegsszenario:

- Die Speicherung und Analyse großer Datenmengen ermöglicht die Entwicklung neuartiger Produkte. Der Konzern bietet einige „pay-as-you-live“ Produkte an. Die Vertriebseinheit „Heine und Töchter“ reagiert auf diese Entwicklung und bereitet sich auf die Beratung der Kunden sowie den Vertrieb der Produkte vor.

Handlungsprodukt/Lernergebnis:

- Leitfaden für die Gewinnung von und den Umgang mit Kundendaten (Analyse, Aktualisierung).
- Vertriebskonzept/Beratungshilfe unter Berücksichtigung der Interessen relevanter Stakeholder (Versicherungsunternehmen, Vertriebseinheit, Kunden, Öffentlichkeit...)
- Kundenberatungsgespräch zu „pay-as-you-live“ Produkten

Kompetenzen:

- Prinzipien der Datenverwaltung/Big Data kennen und verstehen
- mit Kundendaten verantwortungsvoll umgehen und dabei Datenschutz und Informationssicherheit/Cybersecurity beachten
- zielführende Parameter für die Datenauswahl festlegen (bspw. Zielgruppe für „pay-as-you-live“ Produkte)
- Vor- und Nachteile der „pay-as-you-live“ Produkte unter Berücksichtigung wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Gesichtspunkte analysieren, beurteilen und die eigene Einstellung begründen
- Entwicklungen zu „pay-as-you-live“ Produkten zielgruppengerecht vorstellen und erläutern sowie mit dem Kunden den bedarfsgerechten Versicherungsschutz ermitteln

Konkretisierung der Inhalte:

- neue Produktwelten (bspw. Telematik- und Vitality-Tarife)
- Data Mining, Big Data, Smart Data
- Datenverwaltung
- Datenbank
- Datensicherheit
- Datenschutz (DSGVO)



Lernsituationsvorschlag zum Lernfeld 3: Vor dem Hintergrund der Big Data Entwicklungen Vertriebskonzept für pay-as-you-live Produkte erstellen

Lern- und Arbeitstechniken:

- Internetrecherche
- kollaborative softwaregestützte Arbeitsmethoden
- Präsentationstechniken

Unterrichtsmaterial (Auszug/Beispiele)

- Buhr, A. (2015): Erfolgsfaktor Hybride Beratung. Unterschleißheim
- Beobachtungs- und Beurteilungsbogen zum Kundenberatungsgespräch

Organisatorische Hinweise:

- Begleitung durch zwei Lehrkräfte (versicherungsfachlicher und IT-Hintergrund im Idealfall)
- Sicherstellung der geeigneten technischen und räumlichen Ausstattung
- Hinweise zu innovativen Präsentationsmöglichkeiten geben
- IT-gestützte Präsentationen des Leitfadens/des Vertriebskonzepts

Zusatzqualifikation / Curriculum

Fachsystematische Darstellung der Lernziele





Inhaltsverzeichnis

Seite

Übersicht der Themenbereiche	4
1. IT-Grundlagen und Digitalisierung	5
2. Digitale Kommunikation und Kollaboration, Contenterstellung	8
3. Datenanalyse/Big Data	11
4. Informationssicherheit/Cybersecurity	13
5. Projekte und Methoden in der digitalisierten Arbeitswelt.....	14



THEMENBEREICH 1 – IT-Grundlagen und Digitalisierung			
Zeitlicher Richtwert: 15 Lerneinheiten à 45 Minuten			
Kompetenzziele	Qualifikationsinhalte	Erläuterung der Qualifikationsinhalte	Anwendungsbeispiele⁶
1.1 Die verschiedenen Arten von IT-Geräten kennen, IT-Geräte bedarfs- und zielgerecht einsetzen	Server, PC, Notebook, Mobilgeräte (Tablet, Smartphone)	Abgrenzung der verschiedenen Einsatzgebiete im beruflichen Kontext	IT-Geräte zuordnen können und auf ihre Versicherbarkeit hin prüfen
1.2 Hardwarekomponenten und deren grundsätzliche Aufgaben kennen und im beruflichen Kontext einsetzen	Hauptbestandteile und deren Auswirkung auf die Leistung des Geräts Weitere Bestandteile Eingabegeräte Ausgabegeräte Weitere Peripherie Schnittstellen	Prozessor, Arbeitsspeicher, Festplatte Speichergeräte (externe Festplatte, optische Laufwerke, USB-Speicher, Speicherkarten) Touchpad, Touchscreen, Webcam, Mikrofon, Scanner, Maus, Tastatur, Smart Board, Smart Pen Monitor, Touchscreen, Drucker, Lautsprecher, andere optische Ausgabegeräte (VR-Brille, Smart Board) Sensoren (Internet der Dinge) USB, HDMI, WLAN, VGA Mobilfunk, Bluetooth, Netzwerk	

⁶ Hinweise zu Lernformen: Die Themen können mit Hilfe diverser Methoden bearbeitet werden. Für die Themenbereiche eignen sich kollaborative Lernformen, bspw. Gruppenarbeiten an konkreten betriebsbezogenen Themen mit Recherchen- sowie Selbstlernphasen und einer anschließenden Präsentation der Ergebnisse. Im Sinne der Kompetenzorientierung sollen Projektmethoden verstärkt eingesetzt werden. Die technischen Anwendungen können mit Demo-Versionen unterstützt werden.



Kompetenzziele	Qualifikationsinhalte	Erläuterung der Qualifikationsinhalte	Anwendungsbeispiele
1.3 Software und deren Anwendungsmöglichkeiten kennen, betriebsgängige Software einsetzen, relevante Apps für den betrieblichen Kontext nutzen; Lizenzmodelle kennen und zielgerichtet auswählen	Betriebssysteme	Betriebssysteme: Windows, Linux, Android, iOS, MacOS	Hinweis auf mögliche Problematik bei unterschiedlichen Betriebssystemen diskutieren
	Anwendungsprogramme	Anwendungen: SAP, Office-Pakete, E-Mail, Apps (Lernapps), Webbrowser, Datenbanken, Bild- und Medienbearbeitung, Bild- und Medienwiedergabe, Antischadsoftware	Gezielte Programme/Apps zur Unterstützung der Kommunikations- und Vertriebsprozesse bzw. zur Bewältigung digitaler Arbeitsprozesse anwenden
	Hilfsmittel zu den Anwendungsprogrammen	Text- und Spracherkennung, barrierefreie Ein- und Ausgabehilfsmittel	
	Lizenzierung von Software: kommerzielle Software, Shareware, Freeware, Open Source		
1.4 Verschiedene Speichermedien und Dateitypen abgrenzen, die Grundlagen der Datenformate für den Datenaustausch anwenden	Speichermedien, Spezifikation von Speichergeräten, Speichergrößen	externe Festplatte, optische Laufwerke, USB-Speicher, Speicherkarten, Cloud	Beispiele für unterschiedlichen Speicherplatz vergleichen, z.B. Größe eines Fotos mit einer Präsentation oder Textdatei
	Dateitypen	Audioformate (mp3), Videoformate (mpg), Bildformate (jpg, gif, png) Dokumentenformate (docx, pdf), weitere Office Formate (xlsx, pptx), Kompressions- und Verschlüsselungsformate (zip, rar)	Für die Übertragung der Daten an den Kunden oder für die Vorbereitung eines Kundengesprächs wird der passende Übertragungsweg auf Basis des Dateityps und der Dateigröße gewählt (Mail/Cloud – Datenschutz hier unberücksichtigt)



Kompetenzziele	Qualifikationsinhalte	Erläuterung der Qualifikationsinhalte	Anwendungsbeispiele
1.5 Netzwerk – Netzwerkcomponenten und -funktionalitäten kennen und nutzen	<p>Netzwerk (Router, Mobilfunk)</p> <p>Mobile Anbindungen ans Internet</p> <p>Spezielle Netze: Intranet, Extranet</p>	<p>Upload, Download, Übertragungsrate, DSL, Mobilfunk</p> <p>Abgrenzung zum Internet</p>	<p>Der mobile Arbeitsplatz wird ggf. mit Unterstützung der IT-Abteilung eingerichtet. Hotspot, Koppelung, Bluetooth zur Verfügung stellen/einrichten</p>
1.6 Green-IT – eine ressourcen- und umweltschonende Anwendung der IT kennen und reflektieren	<p>Hardware und Verbrauchsartikel (z. B. Toner) recyceln, Stromsparmodes, "think before you print!" Papierlose Agentur durch vermehrte Digitalisierung von Dokumenten</p>		<p>Eigene Handlungsmöglichkeiten erkennen und diskutieren</p>



THEMENBEREICH 2 – Digitale Kommunikation und Kollaboration, Contenterstellung			
Zeitlicher Richtwert: 20 Lerneinheiten à 45 Minuten			
Kompetenzziele	Qualifikationsinhalte	Erläuterung der Qualifikationsinhalte	Anwendungsbeispiele
<p>2.1 Digitale Kommunikationskanäle vergleichen und ihre Hauptmerkmale herausarbeiten und diese zielgruppenbezogen anwenden können</p>	<p>Die wichtigsten Kommunikationskanäle (Mail, Chat, Webkonferenz, Messaging-Dienste, Social Media, Blog) kennen, beschreiben und vergleichen:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Charakteristika und Kernfunktionen ▪ Typisches Nutzungsszenario ▪ Ziel ▪ Reichweite ▪ Kommunikationsgeschwindigkeit ▪ Abgrenzung zu anderen Kanälen ▪ Öffentliche Kommunikation vs. Nutzergruppen <p>Abgrenzung geschäftliches und privates Umfeld</p>	<p>Unterscheidung der Kanäle nach synchroner oder asynchroner Kommunikation:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Synchrone Kanäle: Webkonferenz, Chat ▪ Asynchrone Kanäle: Mail, Social Media (Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest, Flickr, Snapchat, YouTube, XING, LinkedIn), Blogs ▪ Zwischenformen: Messaging-Dienste (WhatsApp, Skype, Facebook Messenger) <p>Unterscheidung der Kanäle nach der Struktur:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Timeline-basiert (das Neueste zuerst, z. B. Twitter oder Instagram) ▪ Kategorisiert (z. B. Pinterest) ▪ Unstrukturiert – auf Suche und Empfehlungen ausgelegt (z. B. YouTube) 	<p>Bei der Analyse von Zielgruppen und derer konkreten Bedarfe den passenden Kommunikationskanal für direkte Ansprache wählen und bewerten</p> <p>Durchführung einer Kundenberatung/ Bearbeitung einer Kundenanfrage mit Hilfe verschiedener, in der betrieblichen Praxis relevanten Kommunikationstools</p>



Kompetenzziele	Qualifikationsinhalte	Erläuterung der Qualifikationsinhalte	Anwendungsbeispiele
<p>2.2 Digitale, unternehmensinterne und unternehmensexterne Informationskanäle sachgerecht nutzen können</p>	<p>Informationsbedarf erkennen, Informationen beschaffen, bewerten, strukturieren und nutzen, als Informationsanbieter gefunden werden</p> <p>Social Media Marketing als Unterform des Online-Marketing. Ansätze, Zielsetzungen und Umsetzungsstrategien im Unternehmenskontext und die Bedeutung der Online-Reputation</p>	<p>Suchmaschinen kompetent nutzen</p> <p>Grundlagen der Suchmaschinenoptimierung (SEO) kennen und anwenden können</p> <p>Relevante Hashtags bei der Suche und für eigene Texte auswählen</p> <p>Die Vertrauenswürdigkeit von Quellen beurteilen</p> <p>Die Relevanz und Glaubwürdigkeit von Nutzerbewertungen und Nutzerempfehlungen einschätzen</p> <p>Einordnung des Social Media Marketing im Online-Marketing und Marketing-Mix. Die Chancen und Risiken für Unternehmen ableiten können</p> <p>Zielsetzungen von Social Media Marketing</p> <p>Ansätze und Umsetzungsstrategien von Social Media Marketing</p> <p>Die Bedeutung der Online-Reputation kennen</p>	<p>Im Rahmen der Schadensbearbeitung (Kfz) Suche nach den Information bezüglich Verkehrsgegebenheiten in der betreffenden Region</p> <p>Im Rahmen der Bearbeitung eines Leistungsfalls in der Krankenversicherung nach Krankheitsbildern im Internet suchen</p> <p>In der Vorbereitung auf einen Kundentermin im Internet nach aktuellen Informationen suchen (z.B. Konkurrenzprodukte)</p> <p>Gruppenarbeit mit der Anwendung der SEO-Optimierungsregeln (Keyword Strategien, on-Page, off-Page Optimierung)</p> <p>Internetrecherche zum Social Media Auftritt von Versicherungsunternehmen</p>
	<p>Relevante Regeln des Urheberrechts und der EU-Datenschutzgrundverordnung (DSGVO), Bundesdatenschutzgesetzes (BDSG) kennen</p> <p>Kritische Reflexion</p>	<p>Unerwünschte Nutzung der Informationen durch Dritte</p> <p>Spannungsfeld zwischen der unabdingbaren Preisgabe persönlicher Informationen und der wachsenden Gefahr ihres Missbrauchs</p> <p>Glaubwürdigkeit der Nutzerempfehlungen und -bewertungen</p>	



Kompetenzziele	Qualifikationsinhalte	Erläuterung der Qualifikationsinhalte	Anwendungsbeispiele
2.3 Digitalen Auftritt vorbereiten können	<p>Content Management Systeme</p> <p>Social Media Richtlinien beachten – Abgrenzung privater/beruflicher Auftritt</p> <p>Rechtliche Rahmenbedingungen (Persönlichkeitsrecht, Urheberrecht)</p>	<p>Beispielhafte Programme: WordPress, Typo 3, Joomla</p>	<p>Erstellung einer Skizze für Internetseite mit Hilfe eines Website-Baukastens</p>
2.4 Tools zum kooperativen Arbeiten und Präsentieren anwenden können	<p>Begründete Auswahl, Nutzung und Bewertung eines digitalen Kollaborationstools</p>		<p>Recherche und Auswahl eines digitalen Kollaborationstools (bspw. Google Docs, OneNote) für ein vorgegebenes Kleinprojekt</p>
2.5 Digitalen Content selber erstellen	<p>Digitale Formate zu bestimmten betrieblichen Themen erstellen</p>	<p>Digitale Inhalte an Hand von unterschiedlichen Formaten und Tools Bearbeiten</p> <p>Lizenzen und Urheberrechte berücksichtigen</p>	<p>Videodreh als Vorbereitung auf das Kundenberatungsgespräch</p>

THEMENBEREICH 3 – Datenanalyse/Big Data			
Zeitlicher Richtwert: 15 Lerneinheiten à 45 Minuten			
Kompetenzziele	Qualifikationsinhalte	Erläuterung der Qualifikationsinhalte	Anwendungsbeispiele
3.1 Datenanwendung, Datenrelevanz im Branchenkontext kennen, Grundlagen der Datenauswertung kennen	Datenherkunft, -nutzung, -verknüpfung, -wert	Data-Mining, Einführung Big Data, Smart Data	Kategorisierung von Daten an Hand von konkreten Anwendungsbeispielen Branchenrelevante Szenarien/ Potenziale im Kontext von Big-Data diskutieren
3.2 Qualität von Datensätzen beurteilen und Optimierungspotenziale herausarbeiten	Definition und Kriterien der Datenqualität Folgen und Auswirkungen schlechter Datenqualität darstellen	Aktualität, Wertschöpfung, Relevanz, Vollständigkeit, Verständlichkeit, Übersichtlichkeit, Einheitlichkeit in der Darstellung, Eindeutigkeit, Fehlerfreiheit, Zugänglichkeit bzw. Verfügbarkeit, Glaubwürdigkeit, Bearbeitbarkeit, Redundanzfreiheit... Kosten der Korrektur fehlerhafter Adressdaten, mehrfache unkoordinierte Ansprachen, falsche Reaktion auf Ereignisse, unklare Zuordnungen im Vertrieb, falsche Beratung im Support, fehlerhafte Auswertungen, nachträgliche Korrekturen fehlerhafter Policen, Unzufriedenheit der Kunden, Imageverlust, Potenziale werden nicht (voll) ausgeschöpft	Bei der Vorbereitung eines Kundengesprächs die Qualitätskriterien festlegen, die Qualität des Daten- satzes beurteilen, im Vorfeld sowie während des Gesprächs ergänzen
3.3 Datenbankmanagement, Grundlagen der Datenbanken kennen	Informations- und Verwaltungssysteme, CRM- Systeme	Beispielhafte Programme: Oracle DBS, SQL-Server, MySQL, Access	



Kompetenzziele	Qualifikationsinhalte	Erläuterung der Qualifikationsinhalte	Anwendungsbeispiele
<p>3.4 Big Data – Grundsätze zu Big Data sowie Anwendungsmöglichkeiten von Big Data in der Versicherungsbranche kennen</p>	<p>Einsatzbereiche der Big Data in der Versicherungswirtschaft</p>	<p>Big Data: Begriffsklärung, Charakteristika (Umfang, Geschwindigkeit, Bandbreite)</p> <p>Big Data unter verschiedenen Aspekten:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Anwendungsgebiete: Leistungsdatenanalyse/ Leistungsprognose, Bestandsanalyse und Angebotserstellung, Gesundheitsmanagement ▪ Big Data und Versicherungsprodukte („pay-as-you“ Tarife, Telematik-Tarife in Kraftfahrtversicherung, Vitality-Tarife in der PKV, Transport, Gebäudeversicherung) ▪ Juristische Aspekte: Datenschutz, Haftungsrecht (selbstfahrende Pkw oder Roboter) 	<p>Im Kundenberatungsgespräch kundenorientierte Angebote erläutern können, bspw. Hintergründe der Telematik-Tarife im Kontext der Big Data und des konkreten Kundenbedarfs erläutern</p>
<p>Vor- und Nachteile der Speicherung und Auswertung von Massendaten in der Versicherungsbranche erkennen und diskutieren, rechtliche Rahmenbedingungen berücksichtigen</p>	<p>Big Data aus Sicht der Versicherungsnehmer und der Versicherer</p>	<p><u>Sicht der Versicherer:</u></p> <p>Vorteile: bessere Risikobeurteilung, genauere Prämienkalkulation, Hilfe zur Betrugserkennung, Beeinflussung vom subjektiven Risikoverhalten...</p> <p>Nachteile/Gefahren: bspw. Prämienrückgang</p> <p><u>Sicht der Versicherungsnehmer:</u></p> <p>Vorteile: niedrigere Prämien, die die eigene Risikowahrscheinlichkeit widerspiegeln, höhere Transparenz der Prämiengestaltung</p> <p>Nachteile: Preisgabe privater Daten, Gefühl des Überwachtwerdens...</p>	



THEMENBEREICH 4 – Informationssicherheit/Cybersecurity			
Zeitlicher Richtwert: 15 Lerneinheiten à 45 Minuten			
Kompetenzziele	Qualifikationsinhalte	Erläuterung der Qualifikationsinhalte	Anwendungsbeispiele
4.1 Sicher mit den rechtlichen Grundlagen zur Informationssicherheit umgehen	EU-Datenschutzgrundverordnung (DSGVO), Bundesdatenschutzgesetz (BDSG)		
4.2 Technische und organisatorische Maßnahmen (TOM) zur Gewährleistung der Informationssicherheit/ Cybersecurity kennen	Gewährleistung folgender Faktoren: Vertraulichkeit, Integrität, Datensicherung, Verfügbarkeit, Systembelastbarkeit, Wiederherstellung, Backup, Pseudonymisierung, Verschlüsselung, Wirksamkeitsprüfung TOM, Dokumentation Aktualisierung der Software Erstellung sicherer Passwörter	Verschlüsselungssoftware (VeraCrypt, Truecrypt o.ä.) Adware, Spyware, Scareware, Firmware Updates und Upgrades	
4.3 Die wichtigsten Regelungen zur Kommunikation per E-Mail anwenden, die wichtigsten Vorsichtsmaßnahmen zur Vermeidung von Viren und Schadprogramme kennen	Kryptographische Verfahren kennen, Bewusstsein (Awareness)		Bei der Vermittlung sensibler Daten an die Kunden verschlüsselte Versandoptionen nutzen. Im Rahmen der Kundenakquise per E-Mail, Umgang mit dem Rücklauf von unbekanntem Absendern bedenken
	Verschlüsselte Verbindung Verschlüsselte Übertragung Verschlüsselung von Dateien Digitale Signaturen Virenschutzsoftware Umgang mit Inhalten und Anhängen von Mails	SSL, S/Mime, PGP VPN zip Spam, spoofing, unsichere Anlagen	



THEMENBEREICH 5 – Projekte und Methoden in der digitalisierten Arbeitswelt			
Zeitlicher Richtwert: 15 Lerneinheiten à 45 Minuten			
Kompetenzziele	Qualifikationsinhalte	Erläuterung der Qualifikationsinhalte	Anwendungsbeispiele
5.1 Theorie zur Projektorganisation – Die Grundlagen des Projektmanagements kennen und anwenden können	<p>Grundlagen zur Projektarbeit</p> <p>Projektauftrag (Pflichtenheft und Lastenheft)</p> <p>Projektorganisation Projektbeteiligte</p> <p>Projektmanagement</p> <p>Ansätze der Projektarbeit, Projektoptimierung</p>	<p>Grundbegriffe, Projektmerkmale, Voraussetzungen für Projektarbeit, Exkurs: Zielformulierung</p> <p>Projektleitung</p> <p>Projektteam, Lenkungsausschuss</p> <p>Projektplanung, Meilensteine, Projektdurchführung und -kontrolle, Projektabschluss oder ggf. -abbruch und Evaluation PDCA-Zyklus (Demingkreis)</p>	<p>Ein Projekt an Hand aktueller Aufgaben aus dem Betriebskontext planen</p>
5.2 Grundlagen der agilen Projektmethoden kennen und anwenden können	<p>SCRUM</p> <p>Kanban</p>	<p>Rollen im Projekt: Projekt-Owner, Scrum- Master</p> <p>Cross-funktionale Teams</p> <p>Anforderungen und Priorisierung im Backlog</p> <p>Erledigung in Sprints</p> <p>Kanban Board, Work in progress, Pull-System</p>	<p>Agile Projektmethoden bei einem Projekt kleineren Umfangs aus einem selbstgewählten Themenbereich einsetzen (ggf. ein Projekt in zwei verschiedenen Gruppen mit klassischen bzw. agilen Projektmethoden bearbeiten)</p> <p>Anwendungsmöglichkeiten für die Aufgaben in den Versicherungsunternehmen /Vertriebseinheiten bewerten</p> <p>Keine inhaltlichen Themenaspekte wiedergeben (kein Vortrag), sondern den Projektablauf mit Hilfe der erlernten Bestandteile des Projektmanagements strukturiert aufbereiten</p>
5.3 Methoden und Techniken von Design Thinking bei dem Entwurf eines neues Produkts/neuer Dienstleistung einsetzen	<p>Design Thinking</p>	<p>Kundenanforderungen an Hand der Personas erarbeiten, Prototypen entwerfen und testen, Feedback einholen; Iteration einhalten</p>	<p>Produkt(weiter)entwicklung mit Hilfe der Design Thinking Methode</p>



Anlage:

Übersicht der unterstützenden Unterlagen als Onlinequellen für die Lernsituationen im Rahmen der Zusatzqualifikation „Digitale Kompetenzen für Auszubildende zum Kaufmann/zur Kauffrau für Versicherungen und Finanzen“

Onlinequellen thematisch nach Lernsituationen (Stand 2019)

- Digitalisierung der Versicherungswirtschaft: Die 18-Milliarden-Chance. Online:
https://www.bain.com/contentassets/47d312fae3a94e9d9629c66d078243ab/bain-google-studie_digitalisierung_der_versicherungswirtschaft_ds_final.pdf
(Lernsituation 2 und 3)
- Typologie privater Versicherungsnehmer. Online:
<https://yougov.de/loesungen/reports/studien/kundenmonitor-assekuranz>
(Lernsituation 2 und 3)
- Veränderte Vertriebsprozesse in der Versicherungswirtschaft. Online:
https://www.oliverwyman.de/.../INS_Versicherungsvertrieb%202020_web.pdf
(Lernsituation 2 und 3)
- Big Data. Online:
<https://www.oeffentliche-it.de/documents/10181/14412/Big+Data+ungehobene+Sch%C3%A4tze+oder+digitaler+Albtraum>
(Lernsituation 3)