

Kommunikation für Aktuariere

Kernbotschaften eines Aktuars sind oft nicht erkennbar. Wie sich die Fachwelt der Publikumswelt öffnen kann.

Matthias Bonikowski

B Die Kommunikationsfähigkeit bei Aktuariern ist ein überaus wichtiger Aspekt. Die gesamte Versicherungsbranche verlangt hierin mehr Kompetenz. Da die große Mehrheit der Entscheidungsträger in den Versicherungsgesellschaften Nicht-Aktuariere sind, müssen sie sich auf die Erkenntnisse der Aktuariere verlassen und auch verstehen, was ihnen die Spezialisten sagen wollen. Die Realität sah aber in der Vergangenheit oft leider anders aus: Die Entscheidungsträger haben die Ausführungen der Aktuariere nicht verstanden. Gründe für die Defizite im kommunikativen Verhalten der Aktuariere gibt es viele. Der Mathematiker denkt in einer stark formalisierten Welt und Sprache mit vielen Symbolen und Formeln. Dazu komme ein hohes Streben nach extremer Genauigkeit, was mitunter den Blick auf das Wesentliche versperrt.

Beispiele missglückter Kommunikation in der Aktuarienbranche gibt es viele. Da gibt es beispielsweise den Versuch eines Aktuariers, der in einer Vorstandsrunde innerhalb von 30 Minuten sage und schreibe 100 Folien präsentieren wollte aber vom Vorstand nach fünf Minuten abgebrochen wurde, weil man ihm nicht mehr folgen konnte. Oder die ebenfalls gescheiterten Bemühungen eines Aktuariers, bei einer Außendienstschulung ein neues Lebensversicherungsprodukt zu erklären.

Mit viel „Fachchinesisch“ und zudem inhaltlich an der Zielgruppe vorbei war es der letzte Auftritt des Experten in diesem Kreis. Und, nicht zuletzt, ein Aktuar, der es in einem Bewerbungsgespräch nicht geschafft hat, dem Personalchef einer Versicherung verständlich zu erklären, was er beim jetzigen Arbeitgeber macht. Die logische Folge: Der Aktuar hat die Stelle nicht bekommen.

Was Mathematiker tun, ist schwer zu erklären

Die kommunikativen Defizite vieler Aktuariere konzentrieren sich aus meiner Sicht auf einige wenige, durchaus korrigierbare, Faktoren: Detailverliebtheit, fehlende Beispiele oder anschauliche Bilder bei der Erklärung aktuarieller Begriffe und Methoden, zu viel „Fachchinesisch“, oft unverständliche Gedankengänge, nicht erkennbare Kernbotschaften und nicht nachvollziehbare Erklärungen der Praxisrelevanz eines Themas.

Diese Beobachtungen bekomme ich immer in meinen Gesprächen mit einschlägig erfahrenen Nicht-Aktuariern, darunter Vorstände, Produkt- oder Vertriebsmanager, Versicherungsjuristen, Trainer oder Personalberater, erzählt. Das Interessante ist vor allem dabei: 80 Prozent von ihnen schätzen die Zu-

sammenarbeit mit den Aktuariern menschlich und thematisch sehr. Gleichwohl bemängelt die große Mehrheit deren kommunikative Fähigkeiten, nach meiner Einschätzung um die 90 Prozent. Ich bin daher davon überzeugt, dass in Zukunft Aktuariere mit schwach ausgeprägter Kommunikations-Kompetenz geringere Karrierechancen haben werden.

Aus diesem Grund ist damit zu rechnen, dass der Bedarf an Kommunikationsseminarangeboten für Aktuariere weiterhin steigen wird, insbesondere durch Veränderungen im Risikomanagement (Stichwort Solvency II). Die Darstellung relativ komplexer mathematischer Modelle und die Interpretation ihrer Ergebnisse gegenüber einem breiten Publikum ist eine unerlässliche Herausforderung. Das Thema Kommunikation erhält damit eine ganz neue Dimension innerhalb der Versicherungsbranche, nicht nur im aktuariellen Bereich. Aus meiner Sicht müssen Aktuariere zukünftig daher noch mehr verstehen lernen, wie sie Nicht-Aktuariern finanz- und versicherungsmathematische Begriffe und Themen verständlich, übersichtlich, zielorientiert und vor allem einfach erklären können.

Der Autor ist Aktuar DAV und als aktuarieller Managementberater für die Beratungsgesellschaft Milliman tätig.