



Personalgewinnung in der Assekuranz

Potenzial für den Versicherungsvertrieb

Liebe PersonalerInnen,

der **Fachkräftemangel** ist in aller Munde. Kaum eine Branche klagt nicht über fehlende BewerberInnen oder junge Mitarbeitende mit einem langfristigen Engagement. Auch der Assekuranz geht es dabei nicht anders.

Die Rekrutierer bemühen sich **Top-Mitarbeitende zu gewinnen**. Aber durch den zunehmenden Wettbewerb im Arbeitsmarkt stellen sich Personalabteilungen immer häufiger folgende Fragen:

- Wie stelle ich unser Unternehmen / unsere **Marke möglichst attraktiv** dar?
- Was muss in der **Stellenanzeige** stehen, damit sich – gerade die guten – BewerberInnen angesprochen fühlen?
- Wie geht überhaupt ein gutes **Personalmarketing für Vertriebler und Innendienstkräfte** bei Versicherern?
- Und welche **Onboarding- und Führungsaspekte** sind für eine langfristige Bindung von Bedeutung?

Um Personalabteilungen in Ihren Aufgaben zu unterstützen, bietet Sirius Campus eine umfassende Untersuchung für diverse Zielgruppen im Recruiting an: **Auszubildene, Berufseinsteiger, Quereinsteiger, Branchen-Insider**.

Wir werden wirksame und konkrete Empfehlungen zu den Handlungsfeldern **Arbeitgeberimage, Anzeigengestaltung, Bewerbungs- und Onboarding-Prozess** erarbeiten.

Durch unsere integrative Projektgestaltung können Teilnehmer an der Mehrbezieher ihre Fragestellungen und auch ihr Testmaterial einbringen.

Rena Kloppers
Consultant

Katharina Päßgen
Director

Fachkräftemangel lässt auch die Versicherungsbranche nicht kalt. Wir untersuchen, wie Ihr Top-Mitarbeitende gewinnen könnt – und das sowohl im Innen- als auch im Außendienst

Untersuchungsinhalte: Einführung



- Zielgruppen: Auszubildene, Berufseinsteiger, Quereinsteiger, Branchen-Insider
- qualitativer und quantitativer Ansatz

Kombination aus qualitativem und quantitativem Ansatz wird wirksame Empfehlungen zur Gewinnung von Top-Mitarbeitenden in der Assekuranz liefern

Untersuchungsinhalte: Überblick

Personalgewinnung Assekuranz

1. Tiefenpsychologisches Interview

Hintergründe, Emotionen und Meinungen

- Warum VU-Branche?
- Image VU-Branche
- Motivation Bewerbung VU-Branche
- Informationssuche
- Job-Erwartungen an AG
- Ablauf Bewerbungsprozess

Unterschiedliche qualitative Methoden wie Rankingaufgabe etc. werden verwendet.

2. Bewerber-Profil

Warum VU-Branche?

- Vorteile, Benefits und Weiterentwicklungsmöglichkeiten
- Image der Branche
- Wettbewerber-Branchen

Employee Journey

- Bewerbungsprozess
- Job-Erwartungen an AG (Entlohnung, Arbeitszeit, Home Office, Arbeitsplatzsicherheit, ... → Trade-Off)
- Bewertung des AG

3. Erreichbarkeit Bewerber

Mediennutzung und Informationssuche

- wo informieren sich potenzielle Mitarbeiter?
 - Soziale Medien
 - auf VU-Webseite
 - auf Jobmessen
 - ...

Ansprache im Jobprofil

- Aufgaben
- Benefits
- Floskeln
- Duzen vs. Siezen

4. Rekrutierungswerbung Test

Werbung

- Wahrnehmung Recruiting Werbung
 - monadischer Test verschiedener Recruiting Werbung von FDL
- Welche Werbung kommt am besten an?
- Worauf achten die Bewerber besonders?

In einem monadischen Werbemitteltest werden unterschiedliche Recruiting-Werbemittel getestet. Welche Werbung kommt am besten an und warum?

Untersuchungsdesign: Beispiel Werbemitteltest

Die Fokus Versicherung

Onboarding garantiert!

- ✓ 2 Tage Einarbeitungs-Workshop
- ✓ persönlicher Pate
- ✓ Schulungen

Dein neuer Job ist aufregend, kreativ, herausfordernd und lässt dich wachsen.

- Du möchtest dich stetig weiterentwickeln.
- Mit deiner Art kannst du herausfordernde Aufgaben eigenständig bewältigen.
- Du hast Lust, etwas zu bewegen und für deine Erfolge Anerkennung zu erhalten.

Bewirb dich jetzt!
fokusversicherung.de/karriere

Experimenteller Werbemittel-Test mit systematischer Variation bestimmte Botschaften.

Testdimensionen mit systematischer Variation:

- **Themenschwerpunkt:** Menschen helfen, Herausforderungen / Entwicklungspotenzial, Vielfältigkeit & sicherer Job und Arbeiten im Team
- **Fokussierung:** Kompetenz vs. Einstellung
- **Onboarding:** mit und ohne Hinweis zum Onboarding

Es wird eine Marktstichprobe von 800 Einsteigern und Planern der Versicherungsbranche erhoben

Untersuchungsdesign

Kombination aus qualitativem und quantitativem Ansatz

Qual

Einsteiger* und Planer als Mitarbeitende bei VU im Vertrieb oder Innendienst**

jeweils für Ausbildung und Festanstellung

n=10 Interviews

Alter ab 16 bis 50 Jahre

Quant

Einsteiger* und Planer als Mitarbeitende bei VU im Vertrieb oder Innendienst**

jeweils für Ausbildung und Festanstellung

n=800

Alter ab 16 bis 50 Jahre

*Bewerbung in letzten 3 (ggf. bis 5) Jahren
**Bewerbungsabsicht in den nächsten 3 (ggf. bis 5) Jahren

Niedrige Inzidenz macht teilweise weiteren Rückblick notwendig.

Wir planen einen ausgeglichenen Stichprobenplan für die qualitative und quantitative Erhebung

Untersuchungsdesign

qualitative Erhebung			quantitative Erhebung		
Anzahl Video-Call 1h	Planer	Einsteiger	Anzahl Online-Interview 20 Min.	Planer	Einsteiger
Auszubildene	1	1	Auszubildene	200	200
Berufseinsteiger	1	1	Berufseinsteiger	200	200
Quereinsteiger	1	1	Quereinsteiger	200	200
Branchen-Insider	1	1	Branchen-Insider	200	200

Je nach Inzidenz und Erreichbarkeit kann es zu Abweichung vom Stichprobenplan kommen.
In der quantitativen Erhebung planen wir jedoch mindestens eine Fallzahl je Auswertungszelle von $n=100$

Der Online-Ergebnis-Workshop findet am 24. Juli 2024 von 10 bis 12.30 Uhr statt

Projektplan



- Sammlung von Fragestellungen in einem Kickoff-Workshop
- Entwicklung und Abstimmung des Leitfadens
- Rekrutierung der Zielpersonen

- Durchführung von 10 Interviews
- 1h als Video-Interview
- Auswertung
- Top-Line-Bericht
- Zwischen-Workshop mit Abstimmung zu Forschungszielen in quant. Erhebung

- Fragebogen und Abstimmung mit Beziehern
- 800 Online-Interviews 20 Min.

- Tabellierung
- Analysen
- Berichtlegung

- Erstellung und Durchführung eines Ergebnis-Workshops mit den Beziehern

Im Vorfeld zur quantitativen Untersuchung wurden 11 qualitative Interviews durchgeführt und hierzu ein Bericht erstellt

Gliederung des qualitativen Berichts

- # Kapitel
- 1 Management Summary
- 2 Untersuchungsdesign
- 3 Persönliche und berufliche Einstellungen
- 4 Image der Assekuranz, als Arbeitgeber und der Wettbewerber-Branchen
- 5 Candidate Journey
 - Impuls & Motivation
 - Informations- und Bewerbungsprozess
 - Onboarding & Mitarbeiterbindung
- 6 Fazit
 - Steckbrief Erfolgsorientierte
 - Hypothesen Quantifizierung
- 7 Anhang

Anzahl (Video-Call 1h)	Planer (nächsten 3 Jahre)		Einsteiger (letzten 3 Jahre)	
	Innendienst	Vertrieb	Innendienst	Vertrieb
Auszubildene	2	-	1	-
Berufseinsteiger	1	1	-	1
Quereinsteiger	-	1	1	1
Branchen-Insider	1	-	1	-

Gruppe	Einteilung	Anzahl
Alter	19 bis 29 Jahre	6
	30 bis 39 Jahre	4
	40 bis 59 Jahre	1
Geschlecht	weiblich	6
	männlich	5
berufliche Orientierung	erfolgsorientiert	2
	freiheitsliebend	2
	sicherheitsorientiert	3
	beziehungsorientiert	4

Angebot für den Bezug der Untersuchung „**Personalgewinnung in der Assekuranz** – Potenzial für den Versicherungsvertrieb“

Angebot

- Sirius Campus bietet folgenden Optionen für den Bezug der Untersuchung an.
 - qualitativer Bericht zum Preis von 3.900 € zzgl. der ges. MwSt.
 - quantitativer Bericht zum Preis von 5.900 € zzgl. der ges. MwSt.
 - qualitativer + quantitativer Bericht zum Preis von 7.900 € zzgl. der ges. MwSt.

Lieferumfang

- **Bericht** mit **Management Summary** und Handlungsempfehlungen als im PPT- und PDF-Format
- ausführlicher **Tabellenband** (Excel)

- AMC Mitglieder profitieren zusätzlich von einem **Online-Ergebnis-Workshop** zur Einführung in die **Kernergebnisse der Untersuchung**.
- Den Workshop können auch mehrere Teilnehmer aus Ihrem Haus nutzen.

Angebotsbedingungen für Mehrbezieher-Untersuchungen

Angebotsbedingungen

Die Preise für die vorgestellte Marktuntersuchung beziehen sich nur auf die dargestellten Leistungen und dazugehörigen Bedingungen. Änderungen der Leistungen erfordern eine textliche Vertragsanpassung inkl. angepasster Leistungsbeschreibung und angepasstem Investitionsumfang für den Auftraggeber.

Die Rechte am konzeptionellen und methodischen Vorgehen inkl. spezifischer Analysekonzepte und Nutzung existierender Kunden-, Berater- oder Vermittlertypen liegen und verbleiben unbefristet bei der Sirius Campus GmbH.

Es gelten die gesetzlichen Bestimmungen für Gewährleistungen im Rahmen der projektbezogenen Leistungen für Beratung und Forschung. Die Sirius Campus GmbH haftet nicht für die Umsetzung von Handlungsempfehlungen durch den Auftraggeber für wirtschaftliche oder andere Zwecke des Unternehmens und möglicher Folgeschäden.

Diese Marktuntersuchung sowie alle einzelnen Untersuchungsergebnisse sind Eigentum der Sirius Campus GmbH.

Den Beziehern ist nur eine unternehmensinterne Verwendung der Untersuchungsergebnisse gestattet. Die Weitergabe an Dritte ist nicht gestattet.

- Einzelne Ergebnisse aus dem Bericht dürfen ohne Rücksprache mit Sirius Campus den Außendienstmitarbeitern (Ausschließlichkeitsvertrieb) des eigenen Unternehmens zur Verfügung gestellt werden. Dies gilt auch z. B. für Vertriebsmitarbeiter in kooperierenden Sparkassen. Dabei wird nicht die komplette Marktuntersuchung weitergeleitet, sondern nur Auszüge oder Einzelergebnisse.

Veröffentlichungen in der Presse sind nicht ohne Zustimmung durch Sirius Campus möglich.