



# **Personalgewinnung in der Assekuranz**

## Potenzial für den Versicherungsvertrieb

**Ergebnis-Workshop am 2. Oktober 2024 von 10 bis 11:30 Uhr**  
(Wiederholungstermin)

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.

*Katharina Päffgen*  
Director

*Dr. Oliver Gaedeke*  
Geschäftsführer

Fachkräftemangel lässt auch die Versicherungsbranche nicht kalt. Vor allem der Blick auf Bewerber für den Außendienst ist attraktiv

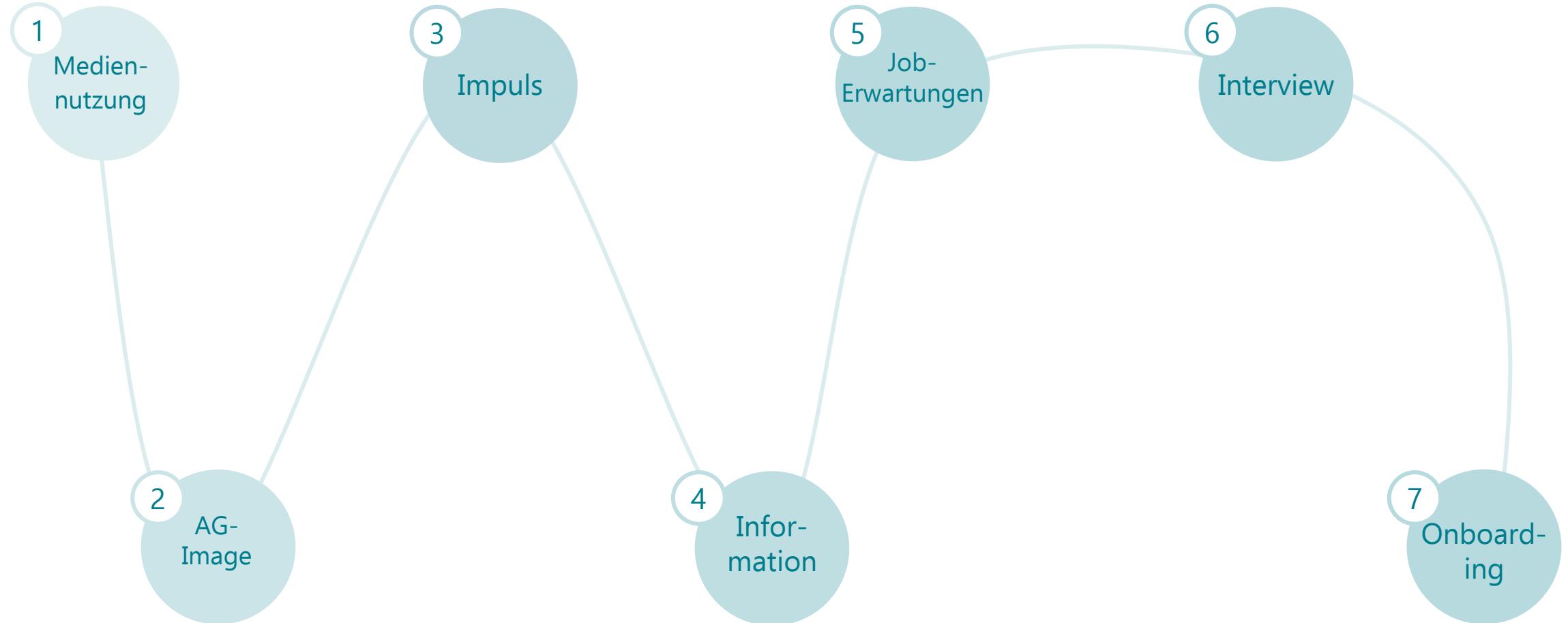
Untersuchungsinhalte: Differenzierte Blick für Innen- und Außendienstbewerber



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

Die Untersuchung beleuchtet folgende Aspekte des Entscheidungsprozesses, um euch konkrete Empfehlungen für eure Personalgewinnung vorzustellen

#### Einflussfaktoren entlang des Entscheidungsprozesses



# Ein besonderer Blick wird auf das Such- und Entscheidungsverhalten von Erfolgsorientierten und High-Potenzials gelegt

## Zielgruppen im Bewerbermarkt

### Motivations-Typen im Bewerbermarkt

#### Sicherheitsorientierte = 37%

- Führungsstil: unterstützend, wertschätzend
- gutes Betriebsklima, flexible Arbeitszeiten
- überdurchschnittliche Entlohnung

#### Freiheitsliebende = 16%

- Führungsstil: visionär, fordernd
- mein eigener Chef sein
- unternehmerische Selbstständigkeit

#### Beziehungsorientierte = 22%

- Führungsstil: unterstützend, ergebnis- / leistungsorientiert
- Fairness des Unternehmens, flache Hierarchien, Du-Kultur
- Kontakt mit Menschen und kundenorientiert beraten

#### Erfolgsorientierte = 24%

- Führungsstil: visionär, inspirierend
- offene Kommunikations- und Feedbackkultur
- Entwicklung Fachkenntnisse, gute Karrieremöglichkeiten

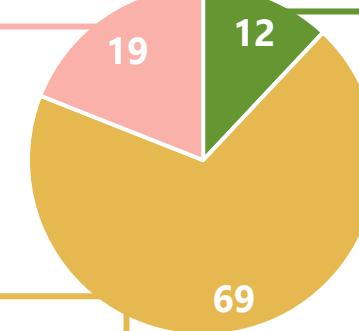
### Potenzial der Bewerber

#### niedrig

- wenig bis keine Kompetenzen
- fast keine Zusatzqualifikationen

#### hoch: High-Potentials

- viele Kompetenzen
- viele Zusatzqualifikationen



# 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 Weiterentwicklungs-möglichkeiten
  - Image der Branche
  - Wettbewerber-Branchen
- Employee Journey**
- Bewerbungsprozess
  - Job-Erwartungen an AG (Entlohnung, Arbeitszeit, Home Office, Arbeitsplatz-sicherheit, ... → Trade-Off)
  - Bewertung des AG

### 3. Erreichbarkeit Bewerber

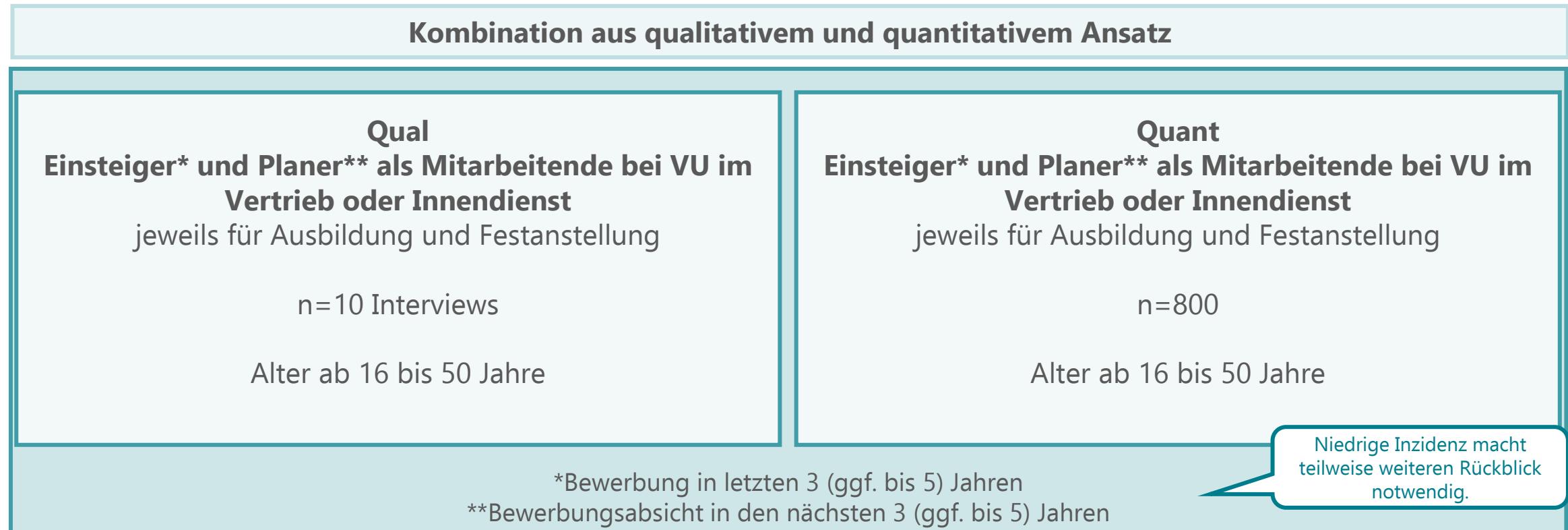
- Mediennutzung und Informationssuche
  - wo informieren sich potenzielle Mitarbeiter?
    - Soziale Medien
    - auf VU-Webseite
    - auf Jobmessen
    - ...
- Ansprache im Jobprofil**
- Aufgaben
  - Benefits
  - Floskeln
  - Duzen vs. Siezen

### 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?

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

## Untersuchungsdesign



# **Personalgewinnung in der Assekuranz**

## Potenzial für den Versicherungsvertrieb

Agenda des Workshops am 2. Oktober 2024 10 bis 11.30 Uhr

# Kapitel

---

**1 Einführung** in die Untersuchung

---

**2 Bewerbermentalität**

Medienverhalten und Erwartungen an Arbeitgeber

---

**3 Informationsverhalten**

Impuls, Informationsorte, Job-Erwartungen, Benefits

---

**4 Bewerbungsprozess**

Interview

---

**5 Onboarding**

Erfahrungen und Erwartungen

---

# Angebot zur Marktuntersuchung „Personalgewinnung in der Assekuranz“ optional mit Teilnahme am Ergebnis-Workshop am 2. Oktober 2024

Bitte als Scan an [info@siriuscampus.de](mailto:info@siriuscampus.de)

Mit dem Ankreuzen bestelle ich verbindlich die folgende Ergebnislieferung der oben genannten Untersuchung

Wählt die passende Variante aus

## Silver

Bericht zur quant.  
Untersuchung (n=800)

4.900 €

## Gold

Bericht zur quant.  
Untersuchung (n=800)

+ gemeinsamer Ergebnis-Workshop  
am 02.10.2024 10 bis 11:30 Uhr  
via Teams

5.900 €

## Diamond

Bericht zur quant.  
Untersuchung (n=800)

+ gemeinsamer Ergebnis-Workshop  
am 02.10.2024 10 bis 11:30 Uhr  
via Teams

+ Bericht zur qualitativen Erhebung

7.900 €



Hiermit akzeptieren wir die Angebotsbedingungen auf den folgenden Seiten.

Vorname Name:

E-Mail:

Abteilung / Position:

Tel.:

Unternehmen:

PO#:

Straße, Nr.:

Datum:

PLZ Ort:

Unterschrift:

# Angebotsbedingungen für Mehrbezieher-Untersuchungen

## Angebotsbedingungen

Die Preise für die vorgestellte Marktuntersuchung beziehen sich nur auf die dargestellten Leistungen und dazugehörenden 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.



# Entscheidungsprozesse verstehen und wirksam gestalten

Kontakt und über Sirius Campus



**sirius**  
**campus**

# Entscheidungsprozesse mit Behavioral Economics optimieren und Erfolge ernten

## Über Sirius Campus

The diagram illustrates the four pillars of Sirius Campus:

- Wirksame Angebote entwickeln** (Developing effective offers) - Represented by a checklist icon.
- Kunden entscheiden machen** (Helping customers make decisions) - Represented by a target icon.
- Aufmerksamkeitsstarke Ansprache gestalten** (Designing attention-grabbing appeals) - Represented by an eye icon.
- Kauf- und Preisbereitschaft steigern** (Increasing purchase and price readiness) - Represented by a price tag icon.

Central text: Kaufentscheidungen mit den Select Typen einfach und wirksam gestalten.

**Absatz und Ertrag steigern** (Increasing sales and revenue) - Represented by a line graph icon.

[www.siriuscampus.de](http://www.siriuscampus.de) und [www.select-typen.de](http://www.select-typen.de)

# Bei Fragen sprecht uns gerne an



## Katharina Päffgen

Director

[Katharina.Paeffgen@siriuscampus.de](mailto:Katharina.Paeffgen@siriuscampus.de)

Direkt: +49 152 38 24 66 42



## Dr. Oliver Gaedeke

Gründer & Geschäftsführer

[Oliver.Gaedeke@siriuscampus.de](mailto:Oliver.Gaedeke@siriuscampus.de)

Direkt: +49 152 38 246 640



# sirius campus

Verkaufst du noch oder gestaltest du  
schon den Entscheidungsprozess  
deiner Kunden?