

## Assekurata Solutions Marktstudie: Versicherer verschenken online Potenziale bei der Anwerbung von Vertriebspartnern

**Dies ist das Ergebnis einer Untersuchung der ASSEKURATA Solutions GmbH (Assekurata). Gerade bei wichtigen Aspekten wie Tätigkeitsbeschreibungen oder auch Ansprechpartnern offenbarten zahlreiche der 30 untersuchten Gesellschaften noch Verbesserungsbedarf.**

**Dies ist das Ergebnis einer Untersuchung der ASSEKURATA Solutions GmbH (Assekurata). Gerade bei wichtigen Aspekten wie Tätigkeitsbeschreibungen oder auch Ansprechpartnern offenbarten zahlreiche der 30 untersuchten Gesellschaften noch Verbesserungsbedarf. In der rund 100-seitigen Marktstudie 2013 „Engpassfaktor Vertriebspartner: Website-Check“ liefert Assekurata eine ausführliche Analyse inklusive von Best-Practice-Beispielen. Die Untersuchung kann auf der Internetseite [www.assekurata-solutions.de](http://www.assekurata-solutions.de) für 249 € bestellt werden.**

### **Websites als Rekrutierungsinstrument**

Nahezu jeder Job-Interessent informiert sich heutzutage auf Unternehmens-Websites beziehungsweise im dortigen Karrierebereich über einen potenziellen Arbeitgeber. „In unserer Nutzer-Befragung geben sogar 75,4 % der Personen unabhängig von Alter und Geschlecht an, dass die Attraktivität einer Unternehmens-Website maßgeblich die Entscheidung über eine Bewerbung beeinflusst“, erläutert Hannah Fuchs, Leiterin der Studie. Somit kann es sich kein Unternehmen leisten, diese Visitenkarte in der Rekrutierung stiefmütterlich zu behandeln. Dies zeigte sich auch in der Untersuchung: „Jedes der von uns betrachteten Versicherungsunternehmen nutzt seine Webpräsenz standardmäßig zur Ansprache potenzieller Vertriebsmitarbeiter. Allerdings offenbaren sich deutliche Unterschiede in der Umsetzung“, so Hannah Fuchs.

### **Bewerber wollen wissen, was auf sie zukommt**

Bewerber wollen in erster Linie wissen, was bei der angebotenen Stelle auf sie zukommt und was von ihnen erwartet wird. Eine genaue Tätigkeitsbeschreibung sowie ein Anforderungsprofil gehören somit zu den wichtigsten Inhalten auf einer Karriere-Website.

beurteilung

Auf den ersten Blick wird ein Großteil der Versicherungsunternehmen diesem Informationsbedürfnis gerecht. „Allerdings scheinen die meisten Unternehmen vorauszusetzen, dass Bewerber konkret wissen, wie eine Vertriebstätigkeit in der Praxis aussieht“, so Hannah Fuchs. Denn vielfach sind Aufgaben und geforderte Eigenschaften eher in Form abstrakter Stichpunkte aufgeführt. Obwohl sich die Unternehmen grundsätzlich auch an Branchenfremde und Auszubildende richten, bleiben die Beschreibung eines exemplarischen Arbeitsalltags oder Erfahrungsberichte von Vertriebspartnern häufig außen vor. „Die Unternehmen versäumen es hier, gerade gegenüber branchenfremden Interessenten, das Berufsbild des Versicherungsvermittlers, welches in der öffentlichen Wahrnehmung negativ besetzt ist, in seinen positiven Facetten nahezubringen.“

### **Konkreter Ansprechpartner für den Bewerbungsprozess fehlt häufig**

Weiteres Potenzial verschenken die Unternehmen bei der Kontaktaufnahme. Während knapp 80 % der Befragten angaben, dass ihnen ein konkreter Ansprechpartner für den Bewerbungsprozess wichtig oder sogar sehr wichtig ist, benennen lediglich 14 der 30 untersuchten Unternehmen auf

ihren Internetauftritten tatsächlich eine Kontaktperson zum Thema Karriere im Vertrieb. „Dies ist verwunderlich, da gerade im Vertrieb der Kontakt häufig über ein persönliches Gespräch zustande kommt und weniger über eine anonyme Bewerbung“, erläutert Hannah Fuchs. „Vor allem Branchenkenner werden vorab konkrete Fragen zu Vergütungssystemen, Kundenbeständen oder der Führungssituation des Hauses haben. Wünschenswert wäre es daher, auf den Karriereseiten zumindest eine Kontaktperson für den Vertrieb mit Telefonnummer und einer E-Mail-Adresse zu benennen.“

### Über die Studie

In der aktuellen Marktstudie 2013 „Engpassfaktor Vertriebspartner: Website-Check“ ist die ASSEKURATA Solutions GmbH der Frage nachgegangen, inwiefern Versicherungsunternehmen mit ihren Webauftritten potenzielle Vertriebsmitarbeiter ansprechen. Dabei erhielten wir Antworten auf folgende Fragen:

- Wie leicht finden potenzielle Bewerber Informationen zur Karriere im Vertrieb auf der jeweiligen Website?
- Bietet die Website Informationen zum Berufsalltag eines Versicherungsvertreeters?
- Mit welchen Argumenten versuchen die Unternehmen zu punkten?
- Was ist innovativ? Was ist Standard?
- Welchen Unternehmen gelingt es besonders gut, sich als attraktiver Vertriebspartner darzustellen?

Die Untersuchung gliedert sich in zwei Teile: Zunächst hat das Kölner Analysehaus eine Panel-Befragung zu Karriereseiten und Merkmalen eines attraktiven Berufs durchgeführt. Anschließend wurden die Internetauftritte, insbesondere der Karrierebereich, folgender 30 Versicherungsgesellschaften hinsichtlich Inhalt und Funktionalität genauer unter die Lupe genommen:

Allianz (allianz.de), Alte Leipziger, Axa, Barmenia Versicherungen, Basler Versicherungen, Bruderhilfe/VRK, D.A.S., DEVK Versicherungen, DKV Deutsche Krankenversicherung, Ergo, Feuersozietät Berlin Brandenburg, Generali Versicherungen, Gothaer Versicherungen, HanseMerkur Versicherungsgruppe, Helvetia, Inter Versicherungsgruppe, LSH Versicherung, LVM Versicherung, Mannheimer Versicherungen, Mecklenburgische Versicherungsgruppe, Münchener Verein Versicherungsgruppe, Nürnberger Versicherungsgruppe, Provinzial Nord, SDK-Unternehmensgruppe, Signal Iduna, Talanx, uniVersa Versicherungen, VPV, Wüstenrot & Württembergische AG (W&W), Zürich Versicherung.

Die Ergebnisse der Befragung wurden den Erkenntnissen aus der Feldanalyse gegenübergestellt. Die rund 100-seitige Studie können Interessenten auf der Internetseite [www.assekurata-solutions.de](http://www.assekurata-solutions.de) für 249 € bestellen.

### Pressekontakt:

Russel Kemwa  
- Pressesprecher -  
Telefon: 0221 / 27221 - 38  
Fax: 0221 / 27221 - 77  
E-Mail: [kemwa@assekurata-solutions.de](mailto:kemwa@assekurata-solutions.de)

Hannah Fuchs  
- Senior Analystin -  
Telefon: 0221 / 27221 - 64  
Fax: 0221 / 27221 - 78  
E-Mail: [fuchs@assekurata-solutions.de](mailto:fuchs@assekurata-solutions.de)

### Unternehmen:

ASSEKURATA Solutions GmbH  
Venloer Straße 301-303  
50823 Köln

Internet: [www.assekurata-solutions.de](http://www.assekurata-solutions.de)

### **Über die ASSEKURATA Solutions GmbH**

Die ASSEKURATA Solutions GmbH ist 2010 aus der ASSEKURATA Assekuranz Rating-Agentur GmbH hervorgegangen. Die Gesellschaft bündelt die Assekurata-Kompetenzen aus den Bereichen Vertriebs- und Organisationsanalysen sowie der Marktforschung. Das Dienstleistungsangebot umfasst Kommunikations- und Informationslösungen für Versicherungsgesellschaften, freie und gebundene Vertriebe, Maklerpools bzw. -verbände. Neben Ratings bietet das Unternehmen auch individuelle Analysen zu Fragen aus den Bereichen Vertriebsorganisation sowie Beratungs- und Betreuungskonzeptionen an.

**ASSEKURATA**  
solutions.