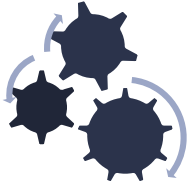


# **Was künftige Vertriebsmitarbeiter erwarten – oder auch nicht**

MCC Seminare: Versicherungsvertrieb der Zukunft  
29.02.+ 01.03.2024, Köln

Dr. Thomas Bittner, Organomics GmbH, Köln

Gegründet 2011, Sitz in Köln,  
Kooperationen mit Universität zu Köln und Helmut-Schmidt-Universität, Hamburg



Führungsprogramme: Erstbefragung ⇒  
Seminare ⇒ Individual-Coachings vor Ort  
⇒ E-Learning ⇒ Telefon-Coachings ⇒  
Nachbefragung



Studien und Projekte zur  
Arbeitgeberattraktivität



Leadership Counselling: Einzelberatung  
zu komplexen Führungsthemen



Befragungen zur Mitarbeiterzufriedenheit



Vorträge, Fachartikel und Studien zu  
Führungs- und HR-Themen

## **Auszug aus der FDL-Kundenliste:**

- Aareal Bank AG
- DAK-Gesundheit
- DEVK Versicherungen
- ERGO Versicherungsgruppe
- Europäische Zentralbank EZB
- Generali Versicherungen
- HDI Vertriebs AG
- HUK-Coburg
- Kreissparkasse Köln
- Nürnberger Versicherung
- ÖRAG
- Nürnberger Versicherung
- Provinzial NordWest
- Provinzial Rheinland
- PSD Banken
- R+V Versicherungen
- Sparkasse KölnBonn
- Stadtparkasse München
- Süddeutsche Krankenversicherung
- SV Sparkassenversicherung
- Versicherungskammer Bayern
- VGH
- Zurich Versicherung

# Der Know-how-Transfer ist die Basis unserer Arbeit

Input zum  
Thema  
Führung



Universität zu Köln  
Input zum Thema  
Arbeitszufriedenheit



# Organomics

Veröffentlichungen in Fachbüchern,  
-zeitschriften und im Internet



Studien zu Personalthemen



# Studie zur Arbeitgeberattraktivität in der Assekuranz



## Studiensteckbrief

4.748 Befragte

- Schüler
- Studenten div. Fachrichtungen
- Junge Berufstätige mit Studium
- Erfahrene Berufstätige mit Studium
- Berufstätige ohne Studium

## Inhaltsverzeichnis

	Seite
Management Summary	3
Stichprobenbeschreibung	11
Bekanntheit Arbeitgeberwerbung und Arbeitgebermarke	20
Arbeitgeberbindung, Wechselbereitschaft und Versicherungsaffinität	90
Attraktivität der Versicherungsbranche als Arbeitgeber	100
Versicherungsaffinität und Präferenzen	103
Ideale Arbeitgebermarke und -eigenschaften	118
Erwartungen an die Arbeitsgestaltung	164
Arbeitgeberwechsel und Informationsverhalten	184
Gehalts- und Karriereerwartungen	207
Nutzungsrechte von Organomics-Studien	212

Tabellenband 2022\_Final [Kompatibilitätsmodus] - Microsoft Excel

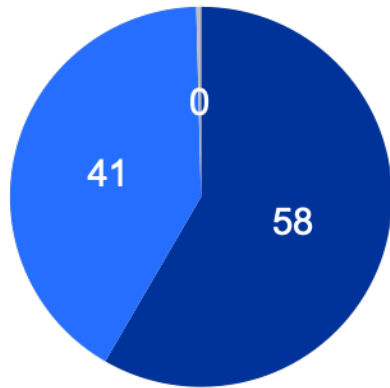
		Gesamt Gesamt			1 Schüler(in) (1)			2 Studenten (2, 3, 4)			3 Berufstätig mit maximal 5			4 Berufstätig (mit Studium und 5+ Jahre			5
		Anzahl	Gültige n %	Mittelwert	Anzahl	Gültige n %	Mittelwert	Anzahl	Gültige n %	Mittelwert	Anzahl	Gültige n %	Mittelwert	Anzahl	Gültige n %	Mittelwert	Z
478	Gesamt	4748	100,0%	978				884			845	100,0%		937	100,0%		
479	07_7 Würden Sie Ihren derzeitigen Arbeitgeber an Freunde und Bekannte weiterempfehlen?	100	Bestimmt	974	33,9%	0	0%	0	0%	0	292	34,7%	299	32,0%			
480		75	Wahrscheinlich	984	26,3%	0	0%	0	0%	0	315	37,4%	349	37,4%			
481		50	Vielleicht	531	18,5%	0	0%	0	0%	0	148	17,6%	175	18,8%			
482		25	Wahrscheinlich nicht	259	9,0%	0	0%	0	0%	0	68	8,1%	78	8,1%			
483		0	Bestimmt nicht	124	4,3%	0	0%	0	0%	0	19	2,3%	34	3,6%			
484		Basis		2972	100,0	0	0	0	0	0	842	100,0	937	100,0			
485		Top-2-Box		1958	68,2	0	0	0	0	0	607	72,1	648	69,5			
486		Bottom-2-Box		389	13,3	0	0	0	0	0	87	10,3	110	11,8			
487		-99 Filter - Frage S3		1952	0%	978	0%	884	0%	0	0	0%	0	0	0%		
488		-98 Keine Angabe		14	0%	0	0%	0	0%	0	0	0%	3	0%	4	0%	
489		Gesamt		4748	100,0%	71	978	884	0%	0	845	100,0%	74	937	100,0%	72	
490	08_10_1 Bei wie vielen Arbeitgebern waren Sie seit Ihrem Start ins Berufsleben beschäftigt?	1	Ein Arbeitgeber	642	23,4%	0	0%	0	0%	0	223	28,5%	172	19,3%			
491		2	Zwei Arbeitgeber	789	29,2%	0	0%	0	0%	0	247	31,5%	272	30,0%			
492		3	Drei Arbeitgeber	625	22,8%	0	0%	0	0%	0	160	20,4%	232	26,1%			
493		4	Vier Arbeitgeber	273	10,0%	0	0%	0	0%	0	58	7,4%	101	11,3%			
494		5	Fünf Arbeitgeber	165	6,0%	0	0%	0	0%	0	29	3,7%	56	6,3%			
495		6	6 bis 10 Arbeitgeber	156	5,7%	0	0%	0	0%	0	28	3,6%	46	5,2%			
496		7	Mehr als 10 Arbeitgeber	78	2,8%	0	0%	0	0%	0	38	4,9%	11	1,2%			
497		Basis		2738	100,0%	0	0%	0	0%	0	783	100,0%	890	100,0%			
498		-99 Filter - Frage S3		1952	0%	978	0%	884	0%	0	0	0%	0	0	0%		
499		-98 Keine Angabe		148	0%	0	0%	0	0%	0	0	0%	62	0%	47	0%	
500		Gesamt		4748	100,0%	0	978	884	0%	0	845	100,0%	937	100,0%			
501	09_1 Können Sie sich vorstellen in den nächsten 2-3 Jahren Ihren Arbeitgeber zu wechseln?	100	Bestimmt	641	22,3%	0	0%	0	0%	0	210	25,0%	192	20,6%			
502		75	Wahrscheinlich	640	22,3%	0	0%	0	0%	0	219	26,0%	227	24,3%			
503		50	Vielleicht	833	29,0%	0	0%	0	0%	0	238	28,3%	288	30,8%			
504		25	Wahrscheinlich nicht	446	15,5%	0	0%	0	0%	0	112	13,3%	141	15,1%			
505		0	Bestimmt nicht	316	11,0%	0	0%	0	0%	0	62	7,4%	86	9,2%			
506		Basis		2876	100,0	0	0	0	0	0	100,0	841	100,0	934	100,0		
507		Top-2-Box		1281	44,5	0	0	0	0	0	429	51,0	419	44,9			
508		Bottom-2-Box		782	26,5	0	0	0	0	0	174	20,7	227	24,3			
509		-99 Filter - Frage S3		1952	0%	978	0%	884	0%	0	0	0%	0	0	0%		
510		-98 Keine Angabe		10	0%	0	0%	0	0%	0	0	0%	3	0%	3	0%	
511		Gesamt		4748	100,0%	57	978	884	0%	0	845	100,0%	62	937	100,0%	58	
512	10_10 Sind Sie derzeit aktiv auf dem Arbeitsmarkt?	1	Ja	783	30,3%	0	0%	0	0%	0	243	31,6%	262	31,4%			
513		2	Nein	1757	69,7%	0	0%	0	0%	0	225	69,4%	573	68,6%			
514		Basis		2560	100,0%	0	0%	0	0%	0	768	100,0%	834	100,0%			

# Stichprobenbeschreibung

## Geschlecht, Status und Alter

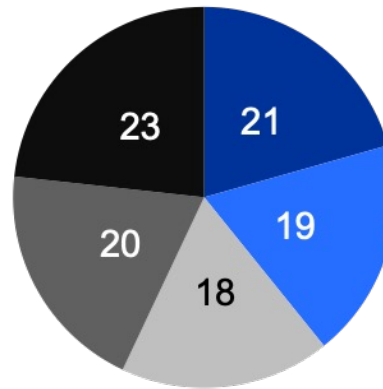
### Soziodemographie

#### Geschlecht



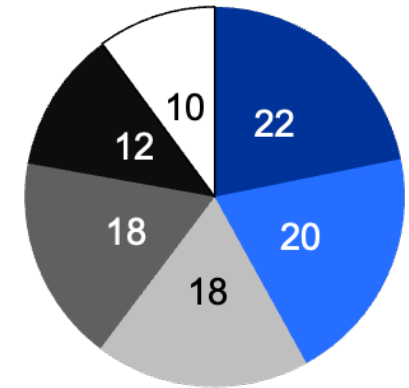
- Weiblich
- Männlich
- Divers (< 1%)

#### Status



- Schüler(in)
- Student(in)
- Berufstätig (mit Studium ≤ 5 J. Berufserfahrung)
- Berufstätig (mit Studium > 5+ J. Berufserfahrung)
- Berufstätig (mit Lehre/ Ausbildung ohne Studium)

#### Altersgruppe

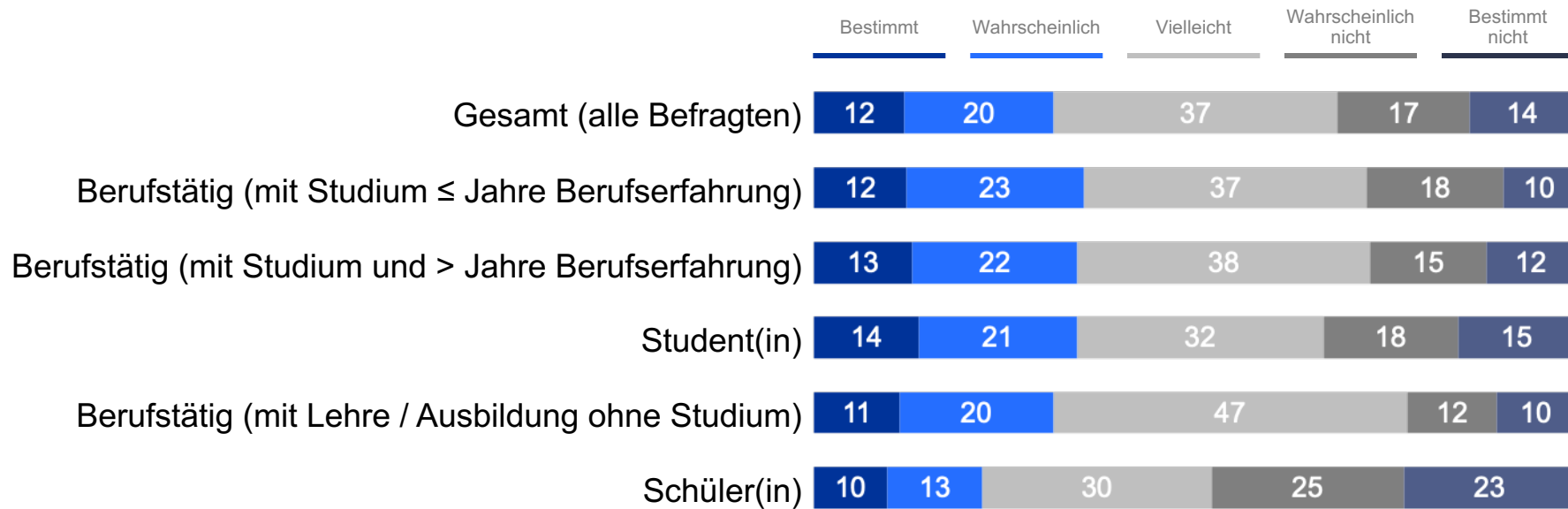


- 16 bis 20 Jahre
- 21 bis 25 Jahre
- 26 bis 30 Jahre
- 31 bis 35 Jahre
- 36 bis 40 Jahre
- 41 bis 45 Jahre

Q47, S3\_r, S1; Angaben in %; rundungsbedingte Abweichungen möglich; Basis n = 4.748

# Schüler müssen noch stärker von Vorteilen überzeugt werden

*Kommt für Sie auch ein Versicherungsunternehmen als zukünftiger Arbeitgeber in Frage?*



0,00

0,00

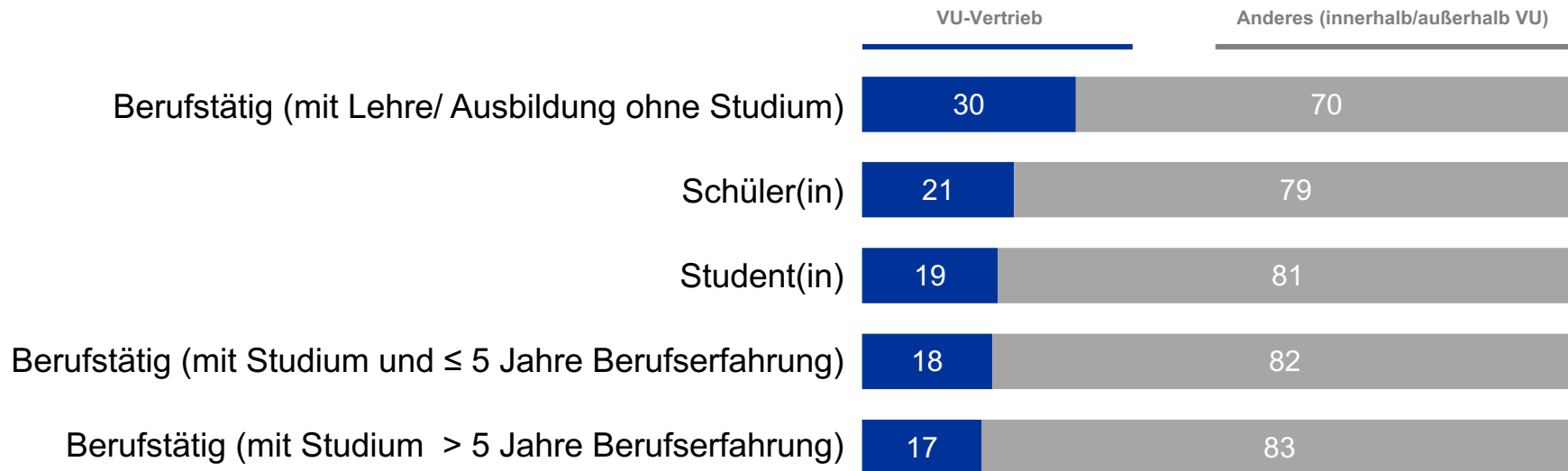
0,00

0,00

Q17, S3; Angaben in %; rundungsbedingte Abweichungen zu 100% möglich; Basis n = 841-4.721

# Potential ist bei allen Zielgruppen vorhanden – mehr oder weniger

*Kommt für Sie auch ein Versicherungsunternehmen als zukünftiger Arbeitgeber in Frage? \* Welche Stellenbereiche würden Sie im Falle einer Bewerbung in Erwägung ziehen? (VU-Vertrieb/ Anderes)*

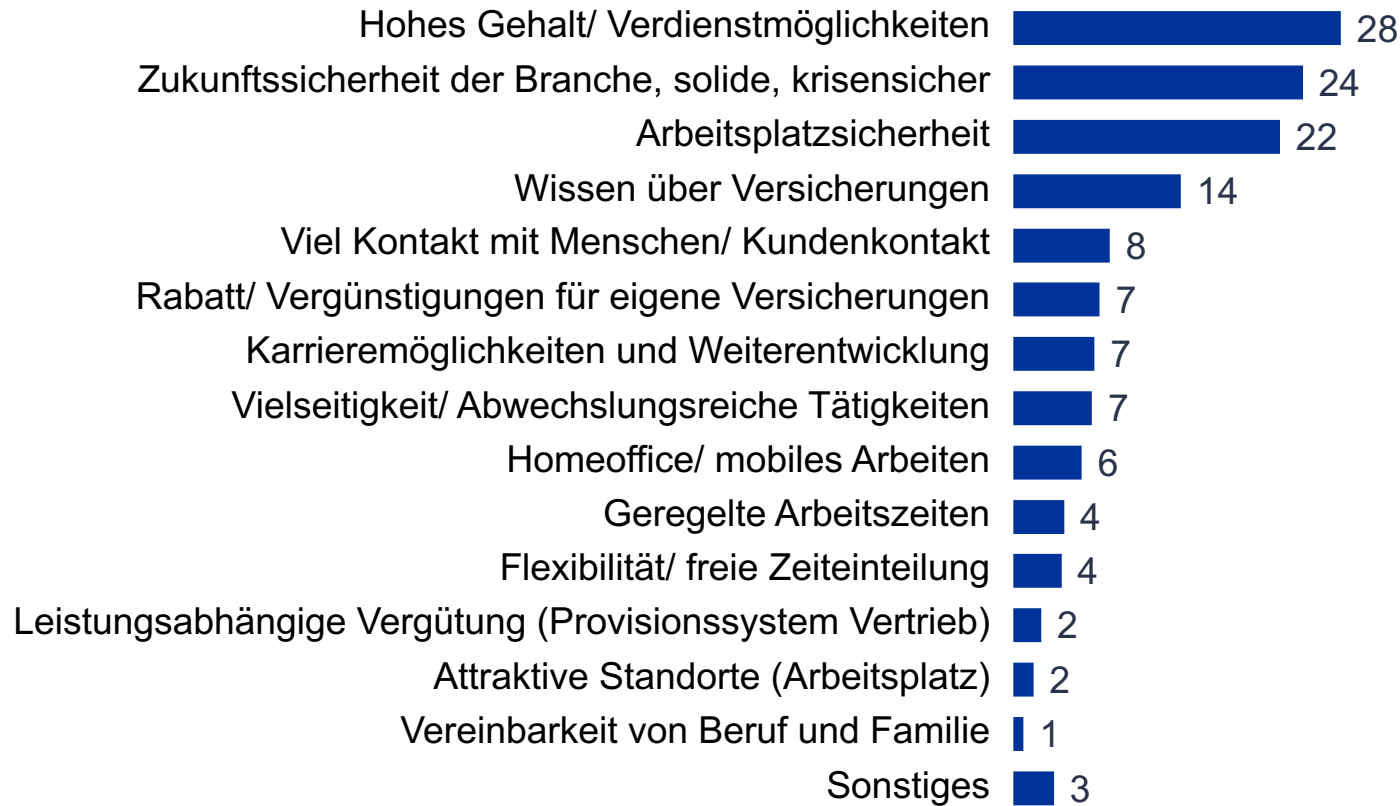


VU-Vertrieb = Befragte, die angegeben haben, VU kommt als künftiger AG bestimmt/ wahrscheinlich/ vielleicht in Frage und Vertrieb als künftige Stelle;  
Anderes = Befragte, die angegeben haben, VU kommt als künftiger AG wahrscheinlich nicht/ bestimmt nicht in Frage oder kommt bestimmt/ wahrscheinlich/ vielleicht in Frage, aber nicht Stelle im Vertrieb

Q17, S3; Angaben in %; rundungsbedingte Abweichungen zu 100% möglich; Basis n = 845-1.104

# Die Versicherungsbranche vermittelt Sicherheit: Schüler

*Welche Vorteile sehen Sie bei einem Job in der Versicherungsbranche?*



Q29 (Offene Frage); Angaben in %; rundungsbedingte Abweichungen möglich; Basis n = 573



# Die Versicherungsbranche vermittelt Sicherheit: Studenten

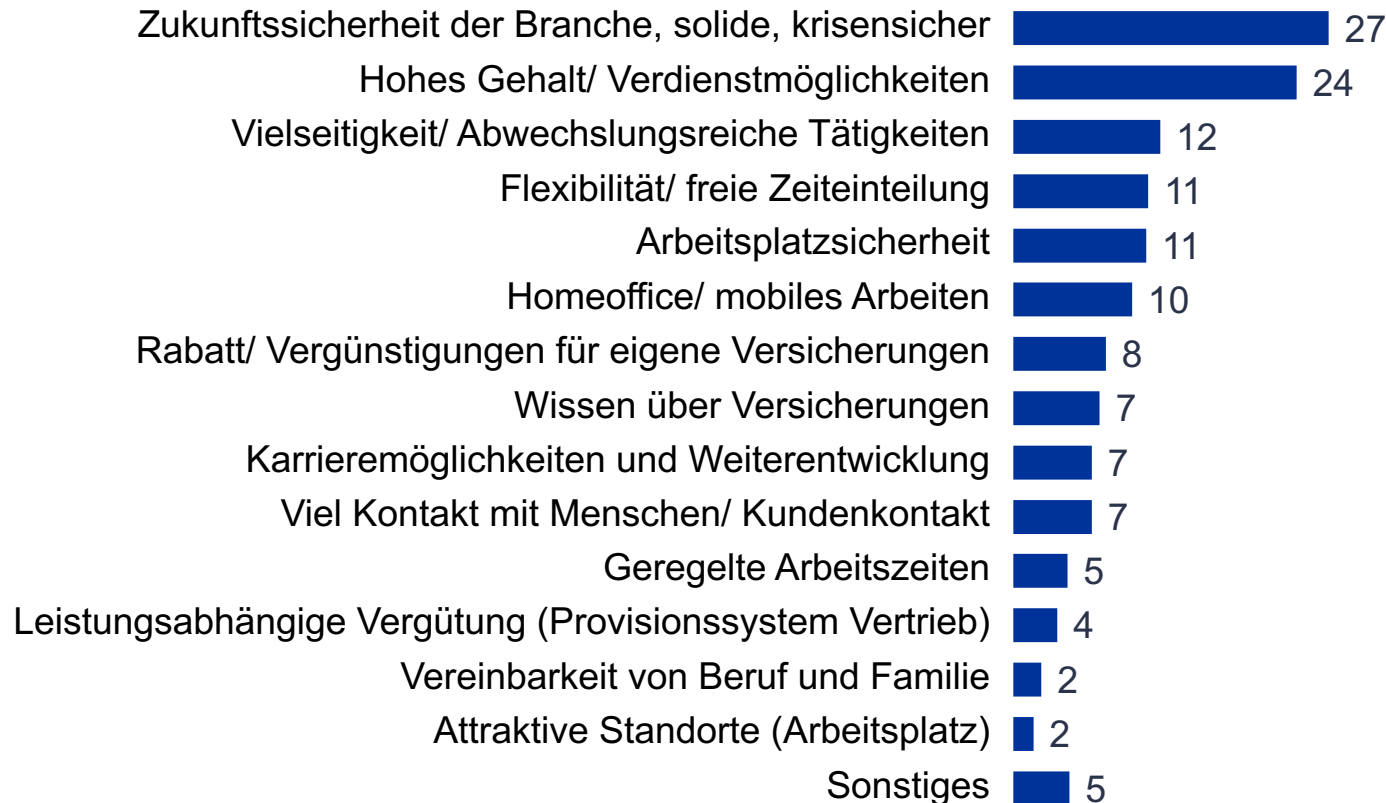
*Welche Vorteile sehen Sie bei einem Job in der Versicherungsbranche?*



Q29 (Offene Frage); Angaben in %; rundungsbedingte Abweichungen möglich; Basis n = 497

# Die Versicherungsbranche vermittelt Sicherheit: Berufstätige (Ausb.)

*Welche Vorteile sehen Sie bei einem Job in der Versicherungsbranche?*



Q29 (Offene Frage); Angaben in %; rundungsbedingte Abweichungen möglich; Basis n = 746

# Gleichzeitig erscheint Schülern die Tätigkeit wenig spannend

*Welche Nachteile sehen Sie bei einem Job in der Versicherungsbranche?*



Q30 (Offene Frage); Angaben in %; rundungsbedingte Abweichungen möglich; Basis n = 469

# Auch für viele Studenten wirkt die Tätigkeit monoton

*Welche Nachteile sehen Sie bei einem Job in der Versicherungsbranche?*



Q30 (Offene Frage); Angaben in %; rundungsbedingte Abweichungen möglich; Basis n = 486

# Berufstätige (Ausb.) denken vor allem an Stress und Ansehen

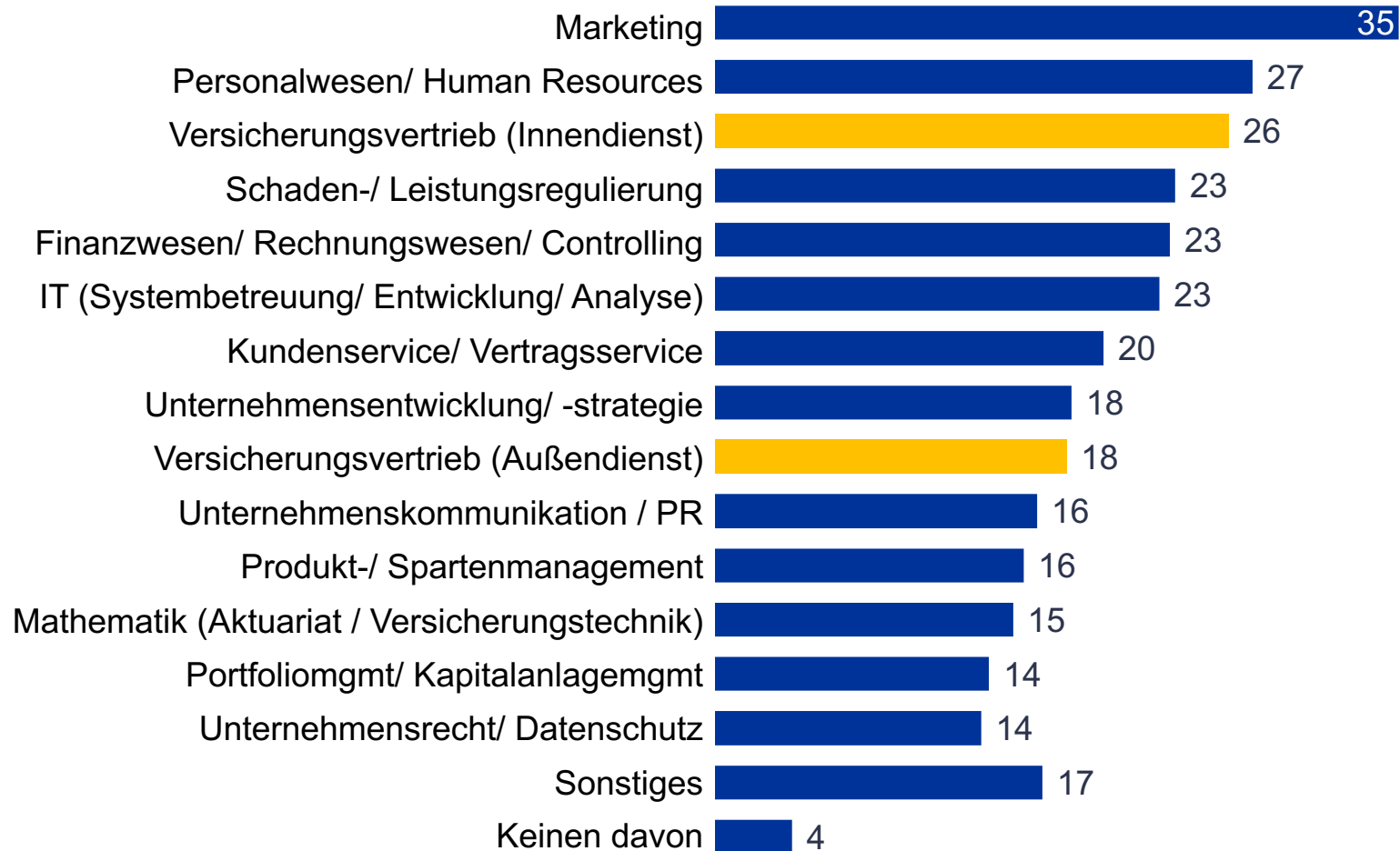
*Welche Nachteile sehen Sie bei einem Job in der Versicherungsbranche?*



Q30 (Offene Frage); Angaben in %; rundungsbedingte Abweichungen möglich; Basis n = 607

# Attraktive Stellenbereiche für Schüler

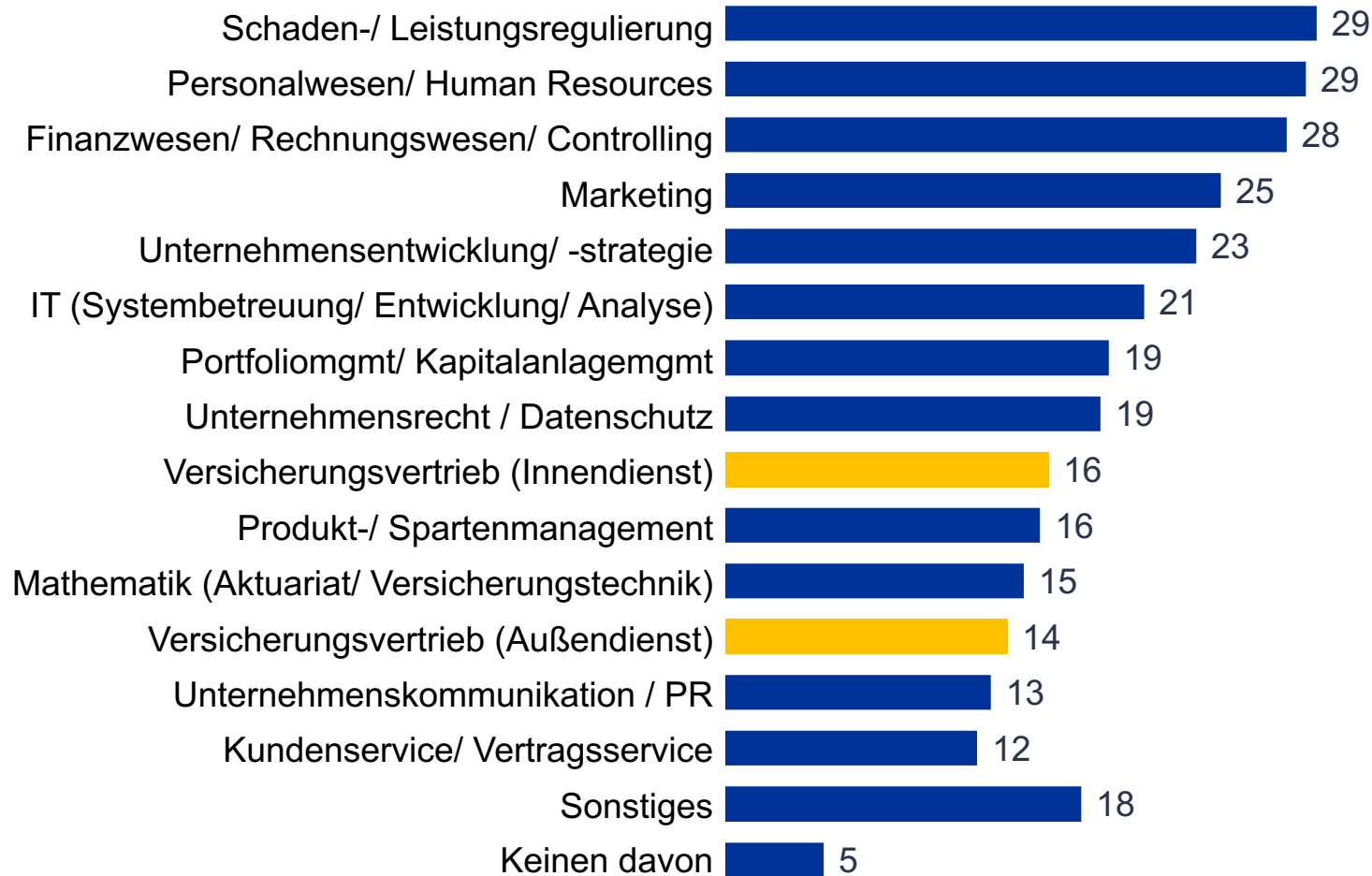
*Angenommen Sie bewerben sich bei einem Versicherungsunternehmen. Welche Stellenbereiche würden Sie im Falle einer Bewerbung in Erwägung ziehen?*



Q22 (Mehrfachantwort); Angaben in %; rundungsbedingte Abweichungen möglich; Basis n = 737

# Attraktive Stellenbereiche für Studenten

*Angenommen Sie bewerben sich bei einem Versicherungsunternehmen. Welche Stellenbereiche würden Sie im Falle einer Bewerbung in Erwägung ziehen?*



Q22 (Mehrfachantwort); Angaben in %; rundungsbedingte Abweichungen möglich; Basis n = 737

# Attraktive Stellenbereiche für Berufstätige (Ausb.)

*Angenommen Sie bewerben sich bei einem Versicherungsunternehmen. Welche Stellenbereiche würden Sie im Falle einer Bewerbung in Erwägung ziehen?*



Q22 (Mehrfachantwort); Angaben in %; rundungsbedingte Abweichungen möglich; Basis n = 981



# Gründe Arbeitgeberwechsel Berufstätige (Ausb.) (Affin. Vertrieb)

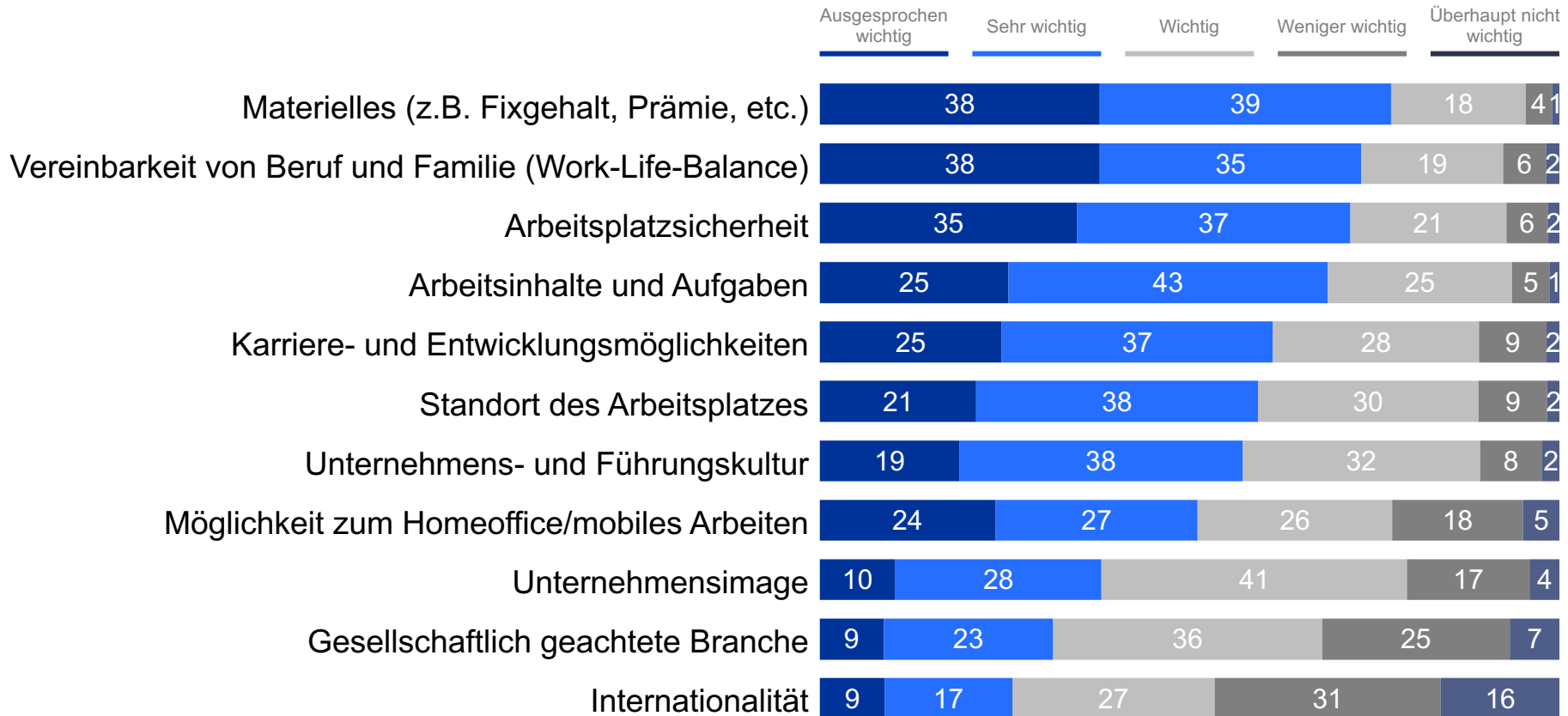
Was wären Ihre maximal drei wichtigsten Gründe, dass Sie aus eigener Initiative einen Arbeitgeberwechsel in Erwägung ziehen würden? \* Interesse an Versicherungsbranche \* Interesse an Vertriebstätigkeit



Q11; Angaben in %; rundungsbedingte Abweichungen möglich; Basis n = 329

# Attraktive Arbeitgebermerkmale

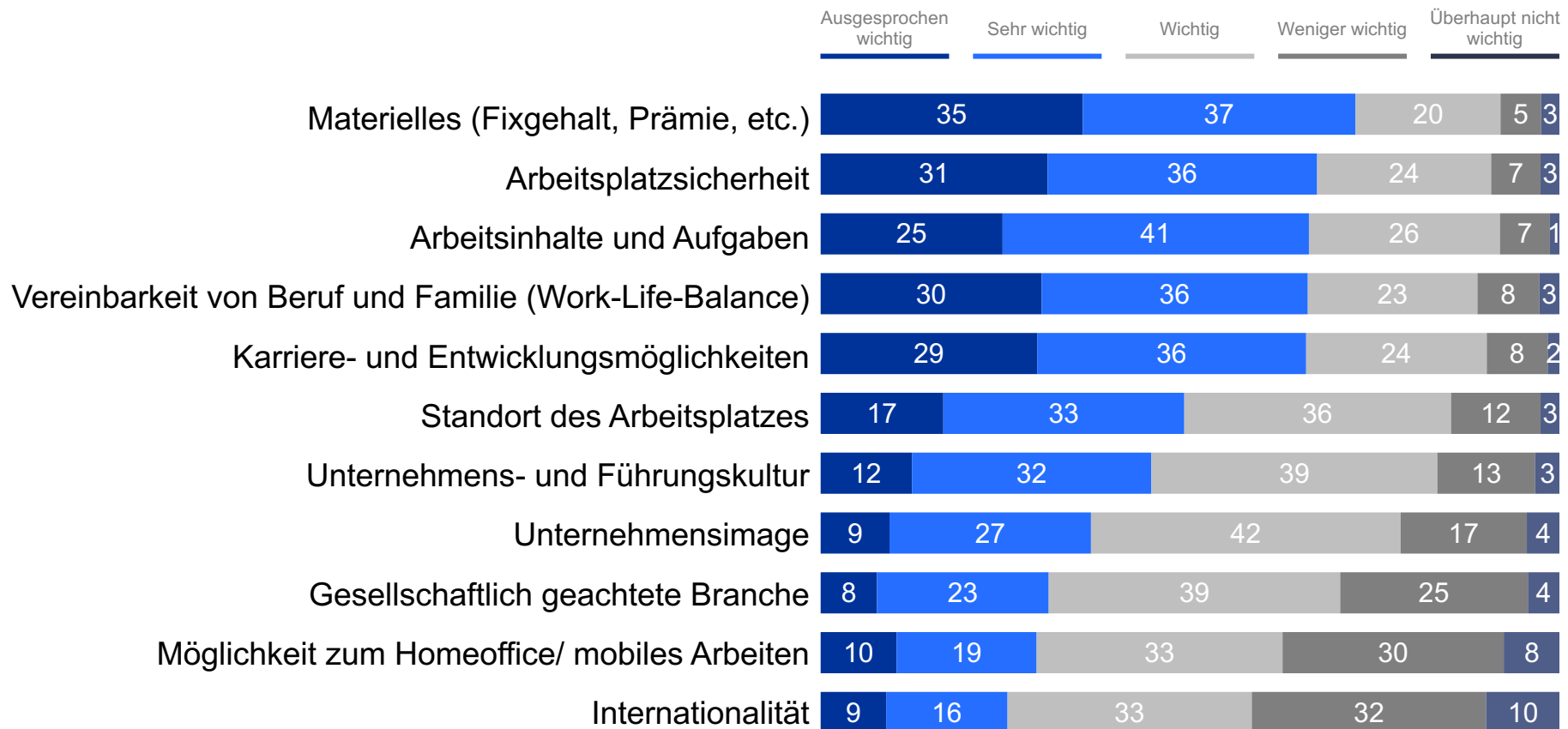
Denken Sie einmal an Ihren idealen Arbeitgeber und zwar losgelöst von der Versicherungsbranche. Welche Merkmale sind Ihnen bei einem Arbeitgeber wichtig?



Q23\_01-11, Angaben in %; rundungsbedingte Abweichungen zu 100% möglich; Basis n = 4.689-4.729

# Attraktive Arbeitgebermerkmale für Schüler

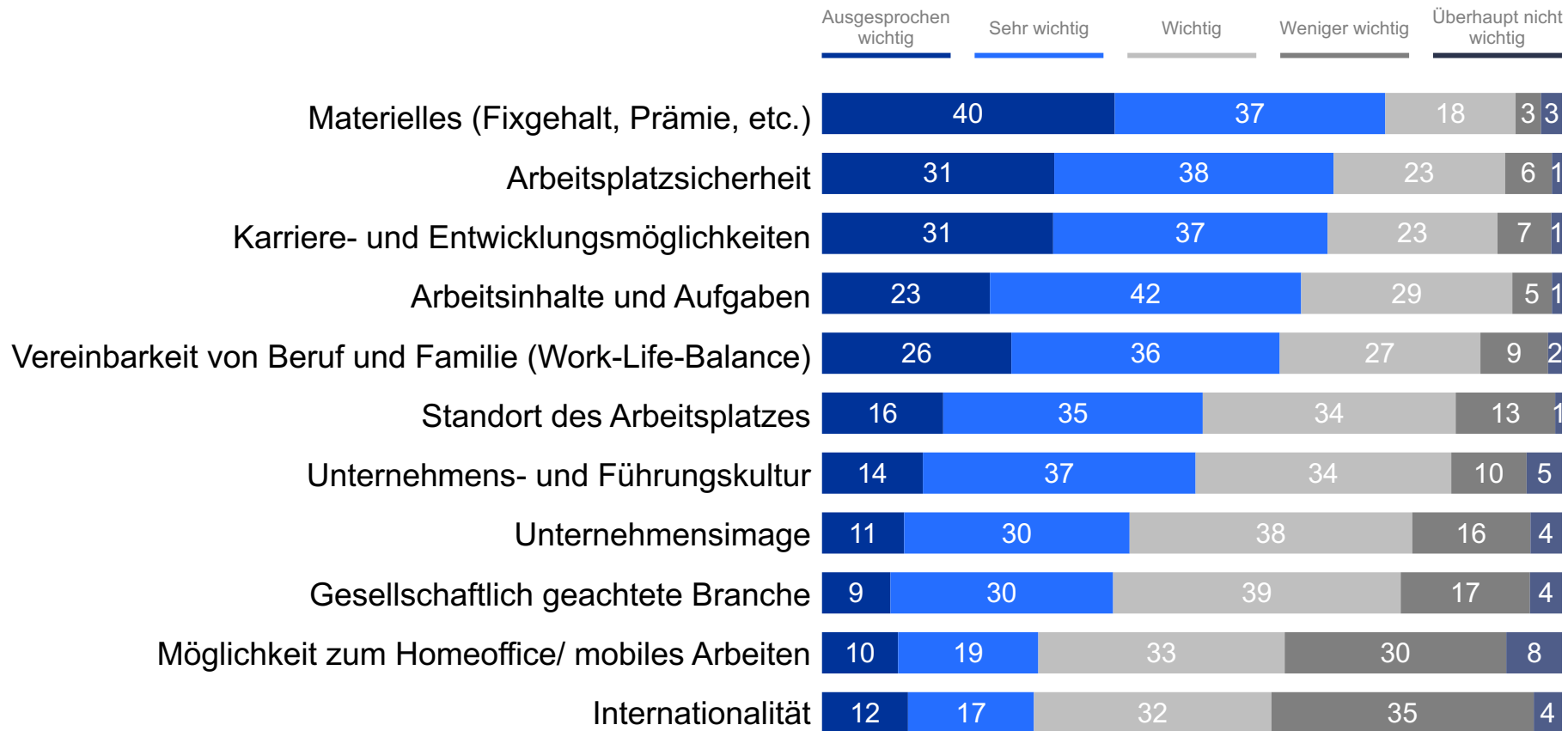
Denken Sie einmal an Ihren idealen Arbeitgeber und zwar losgelöst von der Versicherungsbranche. Welche Merkmale sind Ihnen bei einem Arbeitgeber wichtig?



Q23\_01-11, Angaben in %; rundungsbedingte Abweichungen zu 100% möglich; Basis n = 965-974

# Attraktive Arbeitgebermerkmale für Schüler (Affin. Vertrieb)

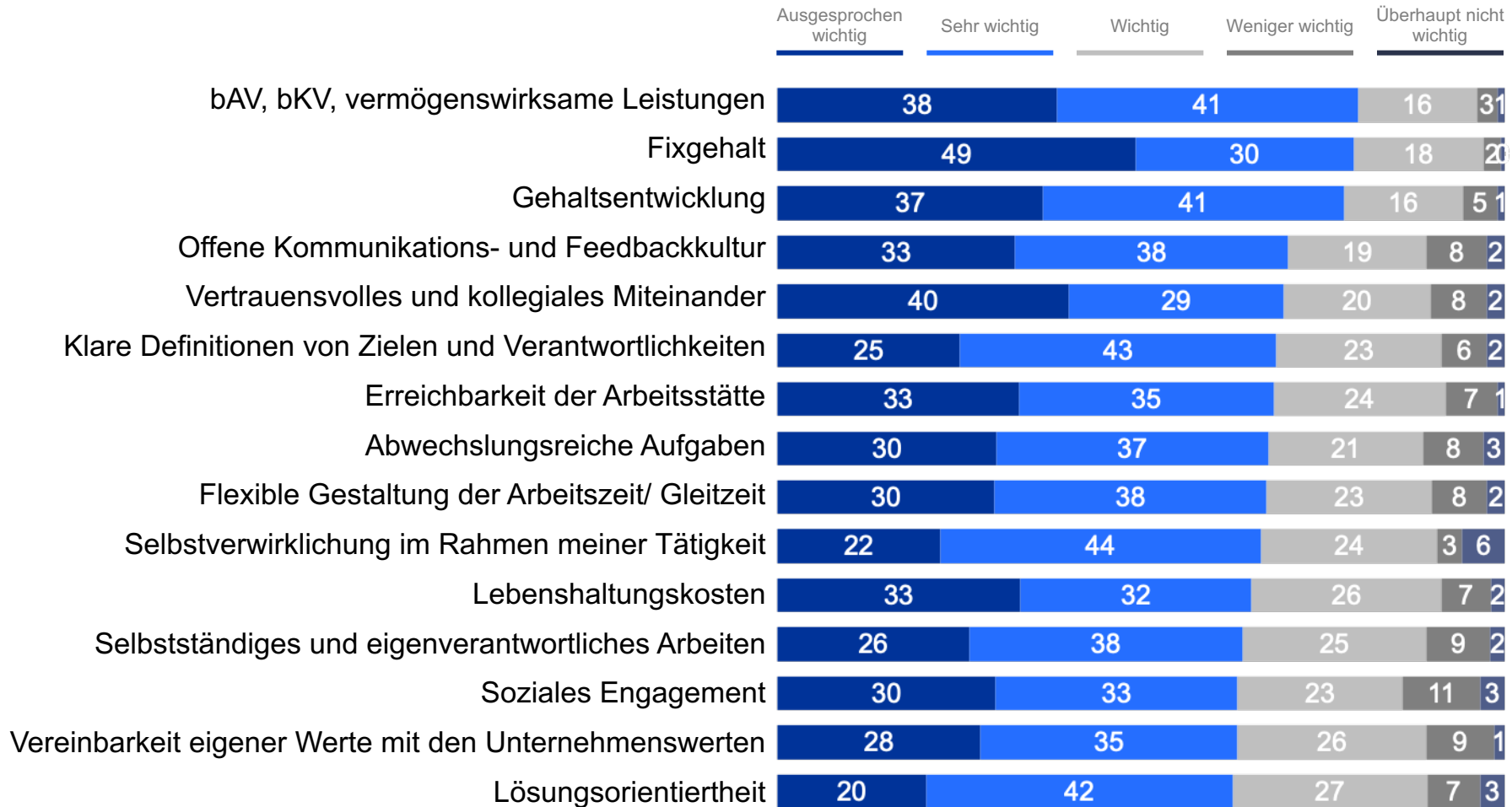
Denken Sie einmal an Ihren idealen Arbeitgeber und zwar losgelöst von der Versicherungsbranche. Welche Merkmale sind Ihnen bei einem Arbeitgeber wichtig? \* Interesse an Versicherungsbranche \* Interesse an Vertriebstätigkeit



Q23\_01-11, Angaben in %; rundungsbedingte Abweichungen zu 100% möglich; Basis n = 205-208

# TOP-15 Arbeitgebermerkmale für Schüler (Affin. Vertrieb)

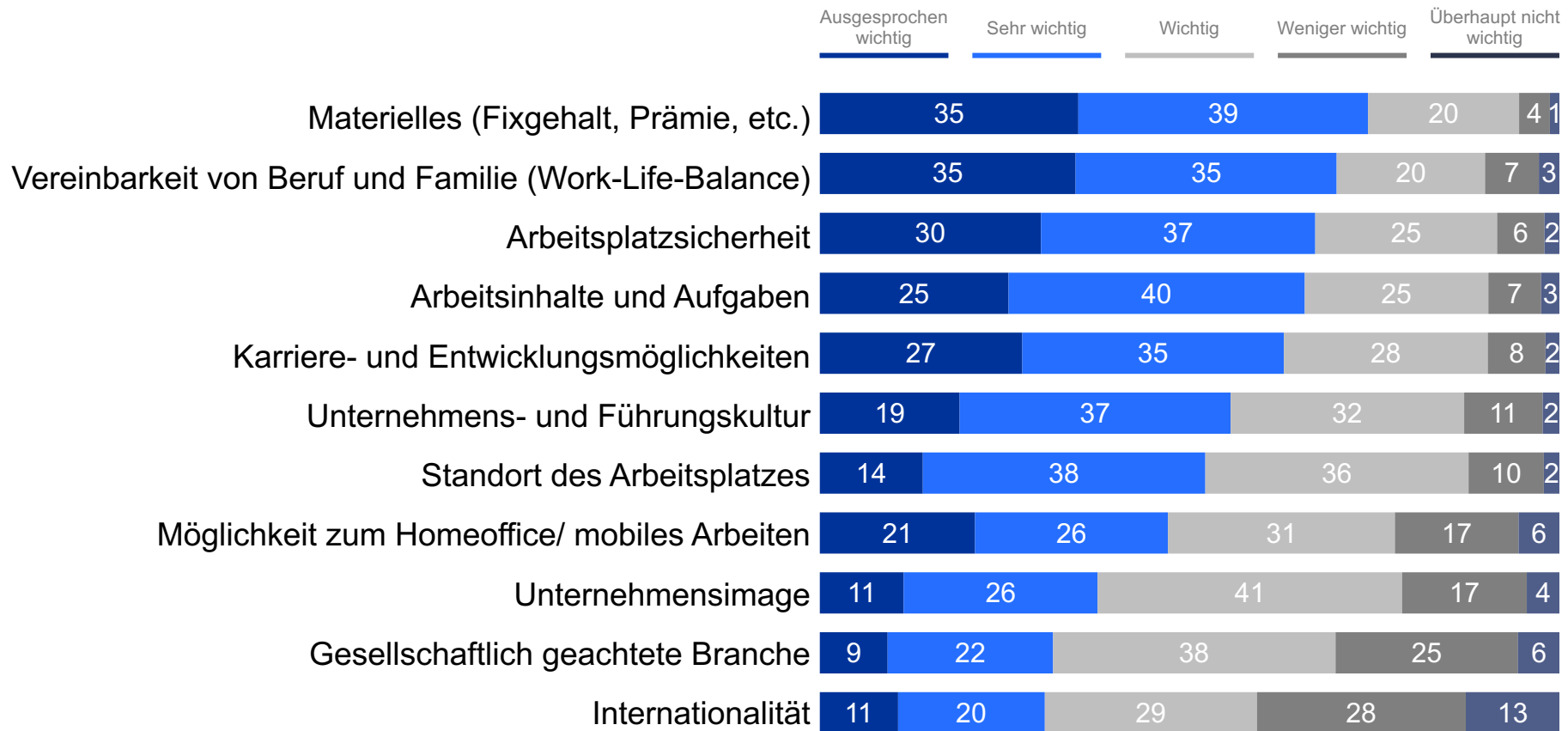
Denken Sie einmal an Ihren idealen Arbeitgeber und zwar losgelöst von der Versicherungsbranche. Welche Merkmale sind Ihnen bei einem Arbeitgeber wichtig? \* Interesse an Versicherungsbranche \* Interesse an Vertriebstätigkeit



Q32\_1\_01-Q32\_11\_05, Angaben in %; rundungsbedingte Abweichungen zu 100% möglich; Basis n = 205-208

# Attraktive Arbeitgebermerkmale für Studenten

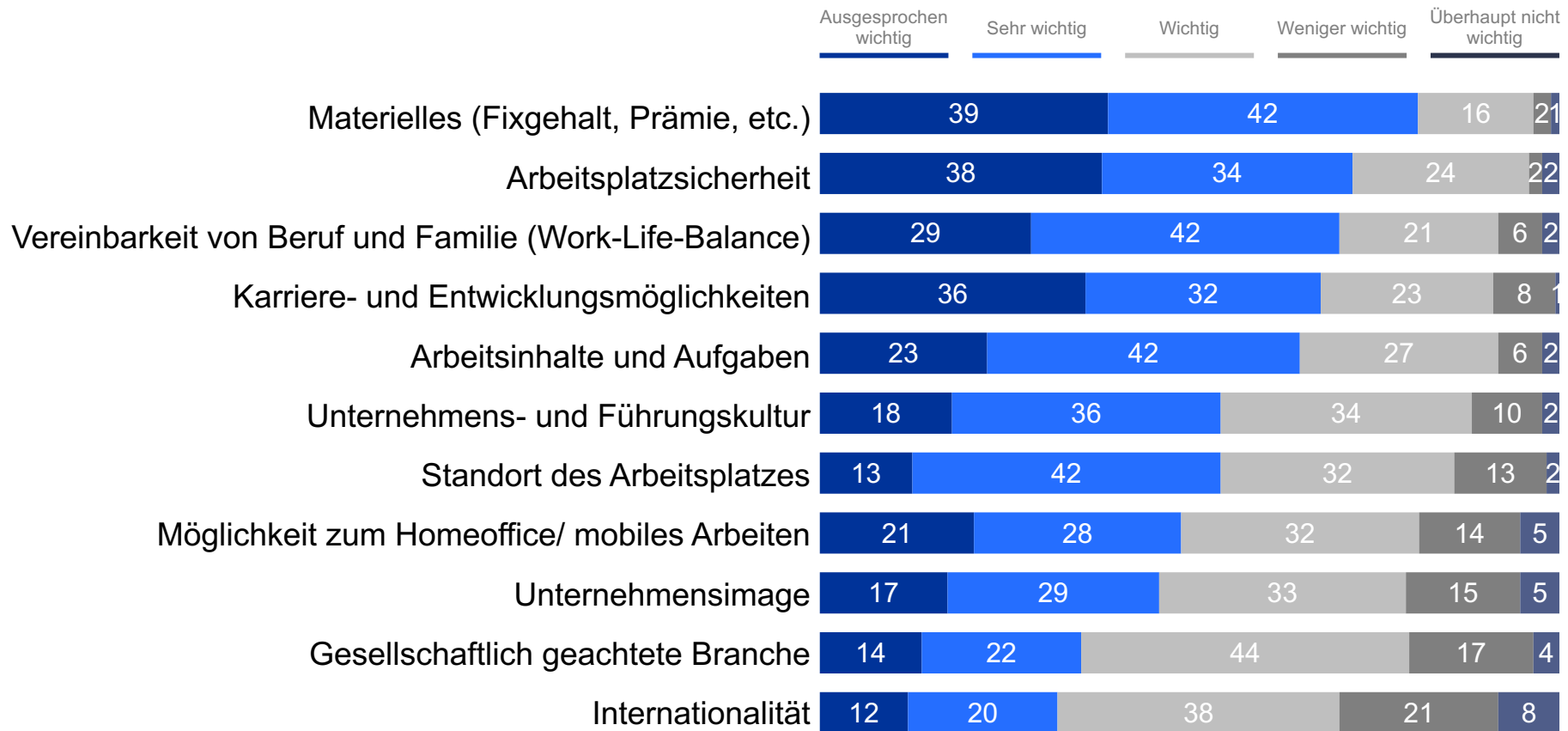
Denken Sie einmal an Ihren idealen Arbeitgeber und zwar losgelöst von der Versicherungsbranche. Welche Merkmale sind Ihnen bei einem Arbeitgeber wichtig?



Q23\_01-11, Angaben in %; rundungsbedingte Abweichungen zu 100% möglich; Basis n = 870-879

# Attraktive Arbeitgebermerkmale für Studenten (Affin. Vertrieb)

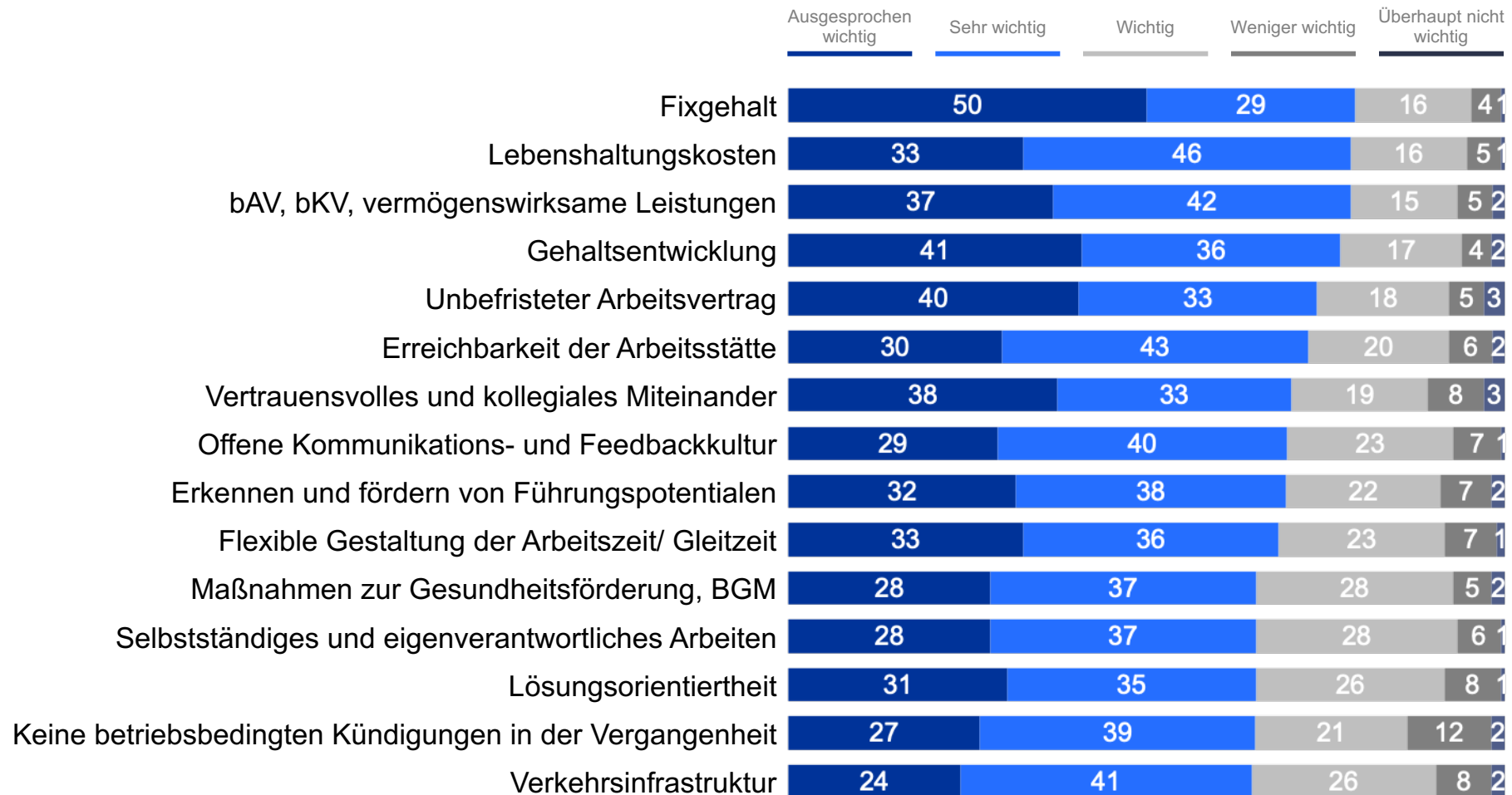
Denken Sie einmal an Ihren idealen Arbeitgeber und zwar losgelöst von der Versicherungsbranche. Welche Merkmale sind Ihnen bei einem Arbeitgeber wichtig? \* Interesse an Versicherungsbranche \* Interesse an Vertriebstätigkeit



Q23\_01-11, Angaben in %; rundungsbedingte Abweichungen zu 100% möglich; Basis n = 167-168

# TOP-15 Arbeitgebermerkmale für Studenten (Affin. Vertrieb)

Denken Sie einmal an Ihren idealen Arbeitgeber und zwar losgelöst von der Versicherungsbranche. Welche Merkmale sind Ihnen bei einem Arbeitgeber wichtig? \* Interesse an Versicherungsbranche \* Interesse an Vertriebstätigkeit

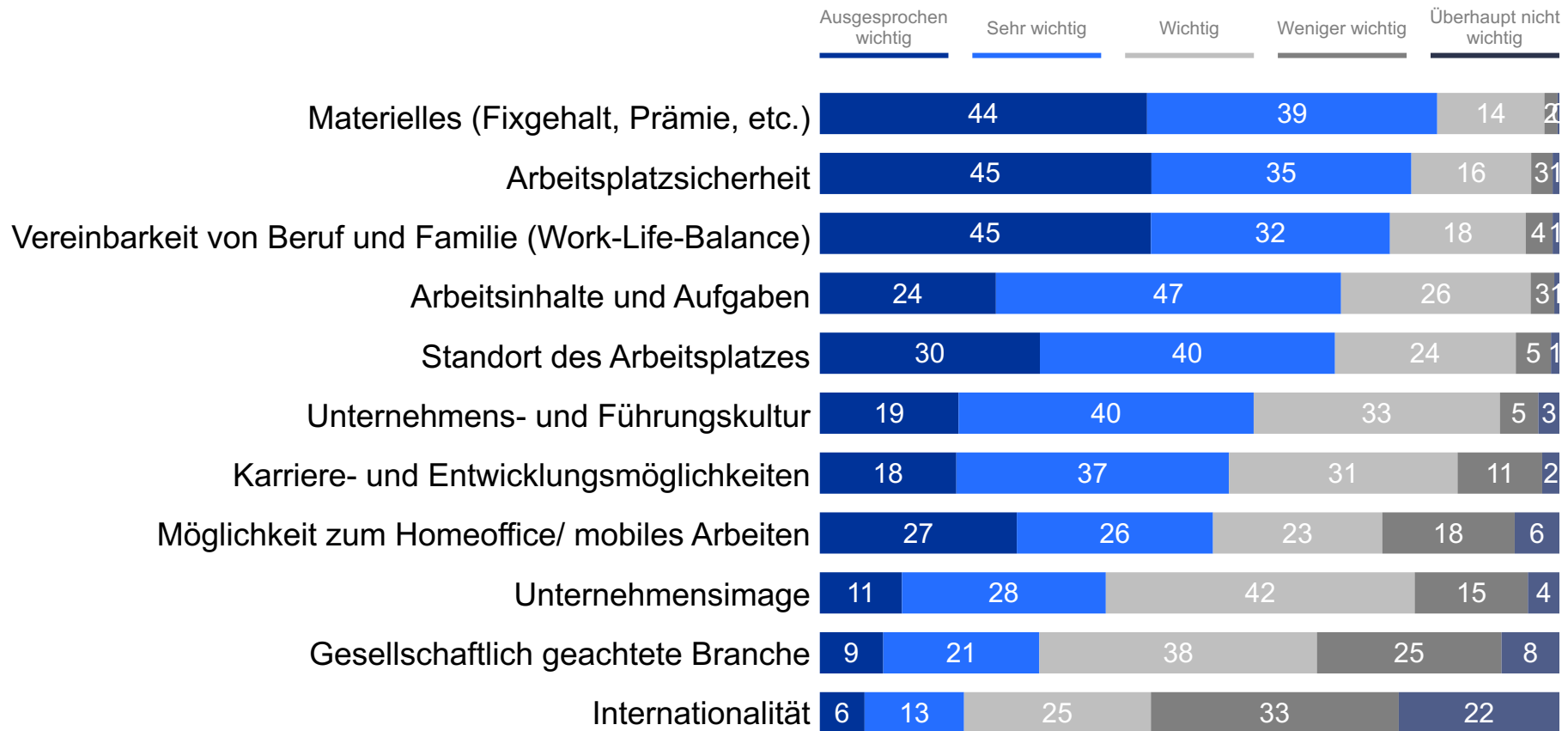


Q32\_1\_01-Q32\_11\_05, Angaben in %; rundungsbedingte Abweichungen zu 100% möglich; Basis n = 167-168



# Attraktive Arbeitgebermerkmale für Berufstätige (Ausb.)

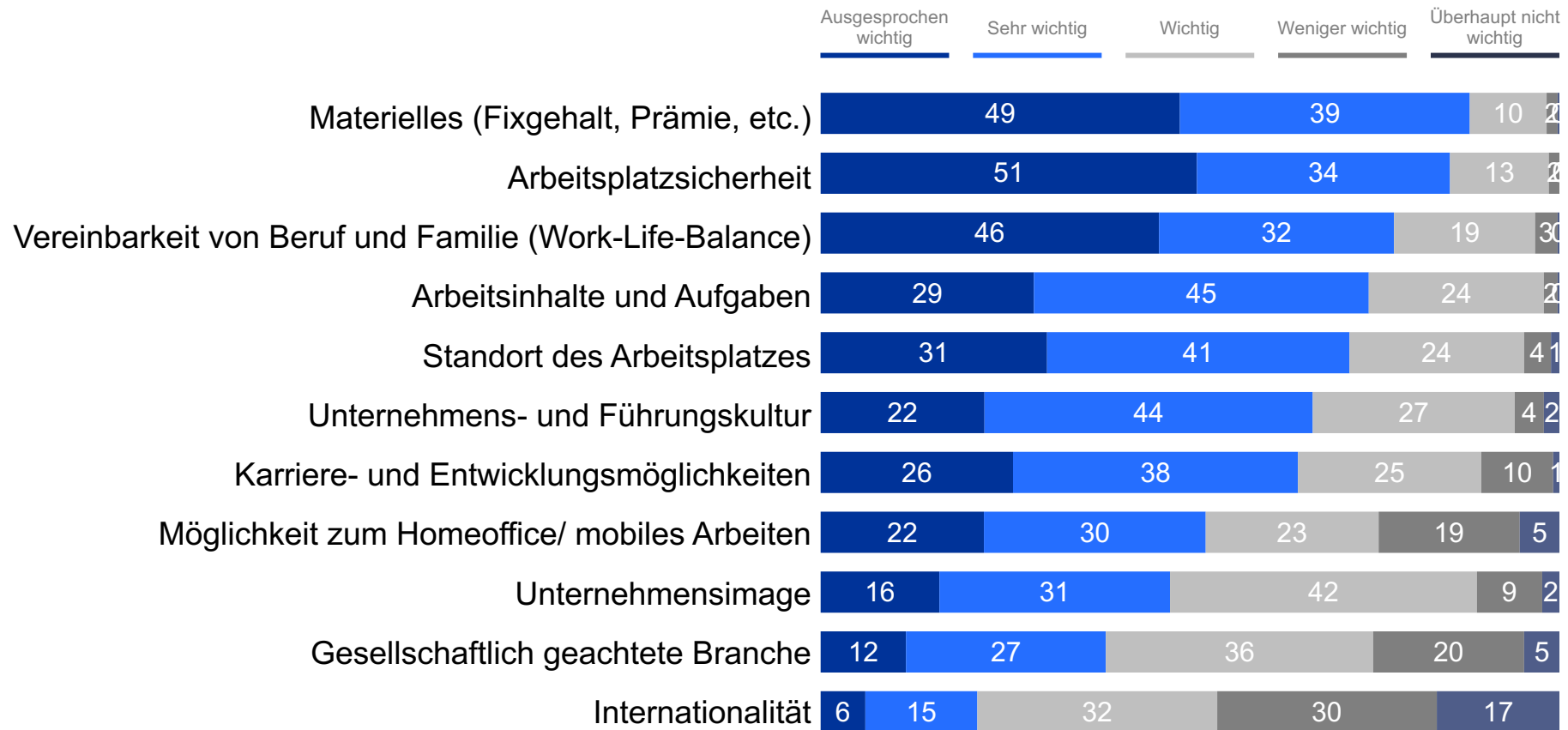
Denken Sie einmal an Ihren idealen Arbeitgeber und zwar losgelöst von der Versicherungsbranche. Welche Merkmale sind Ihnen bei einem Arbeitgeber wichtig?



Q23\_01-11, Angaben in %; rundungsbedingte Abweichungen zu 100% möglich; Basis n = 1.092-1.102

# Attraktive Arbeitgebermerkmale für Berufstätige (Ausb.) (Affin. Vertrieb)

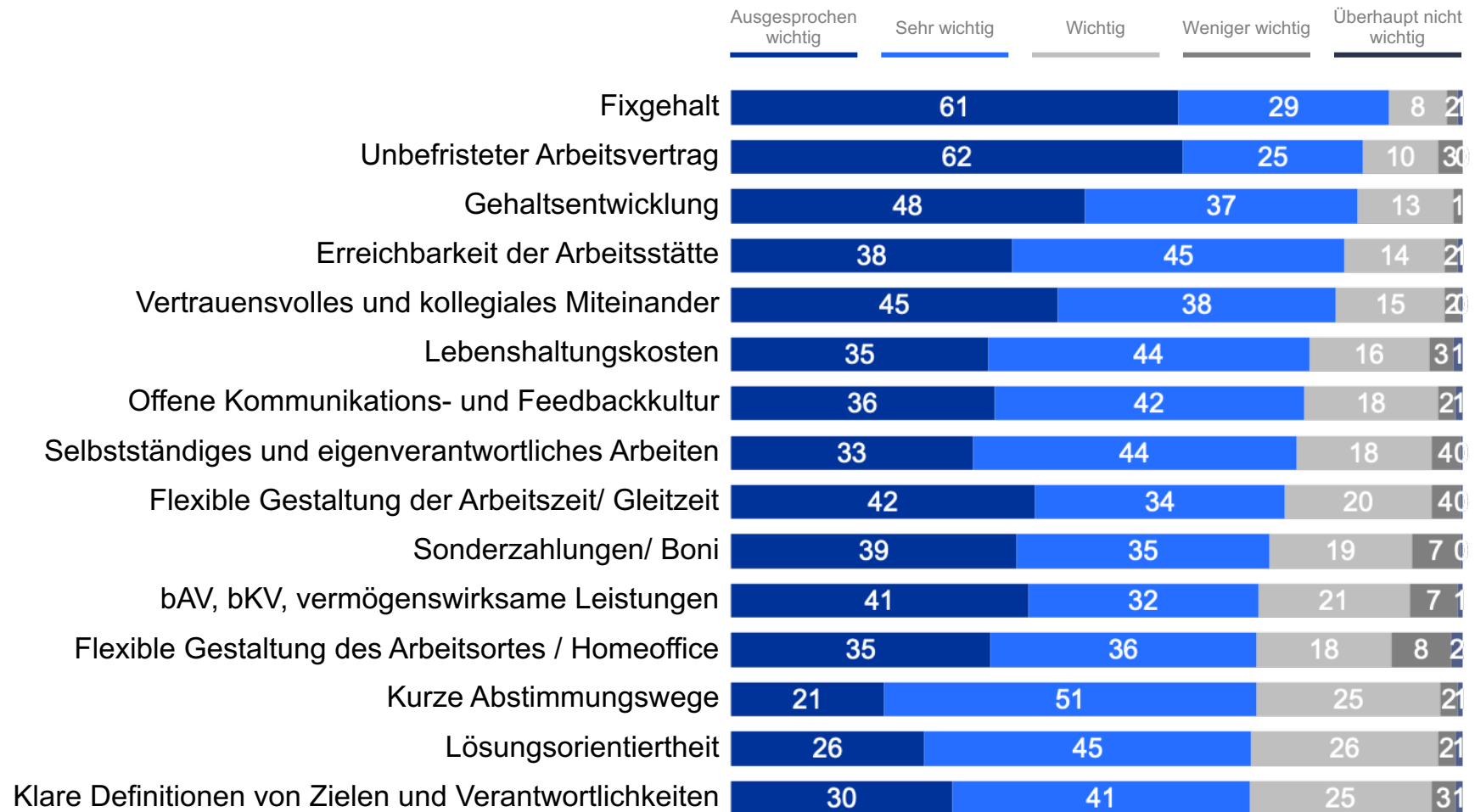
Denken Sie einmal an Ihren idealen Arbeitgeber und zwar losgelöst von der Versicherungsbranche. Welche Merkmale sind Ihnen bei einem Arbeitgeber wichtig? \* Interesse an Versicherungsbranche \* Interesse an Vertriebstätigkeit



Q23\_01-11, Angaben in %; rundungsbedingte Abweichungen zu 100% möglich; Basis n = 329-330

# TOP-15 Arbeitgebermerkmale für Berufstätige (Ausb.) (Affin. Vertrieb)

Denken Sie einmal an Ihren idealen Arbeitgeber und zwar losgelöst von der Versicherungsbranche. Welche Merkmale sind Ihnen bei einem Arbeitgeber wichtig? \* Interesse an Versicherungsbranche \* Interesse an Vertriebstätigkeit



Q32\_1\_01-Q32\_11\_05, Angaben in %; rundungsbedingte Abweichungen zu 100% möglich; Basis n = 328-330

# Employer Branding Readiness Index

Welche Attraktivitätsmerkmale werden wahrgenommen/ kommuniziert?

47 Items → 7 Faktoren

Finanzielle Vorteilhaftigkeit

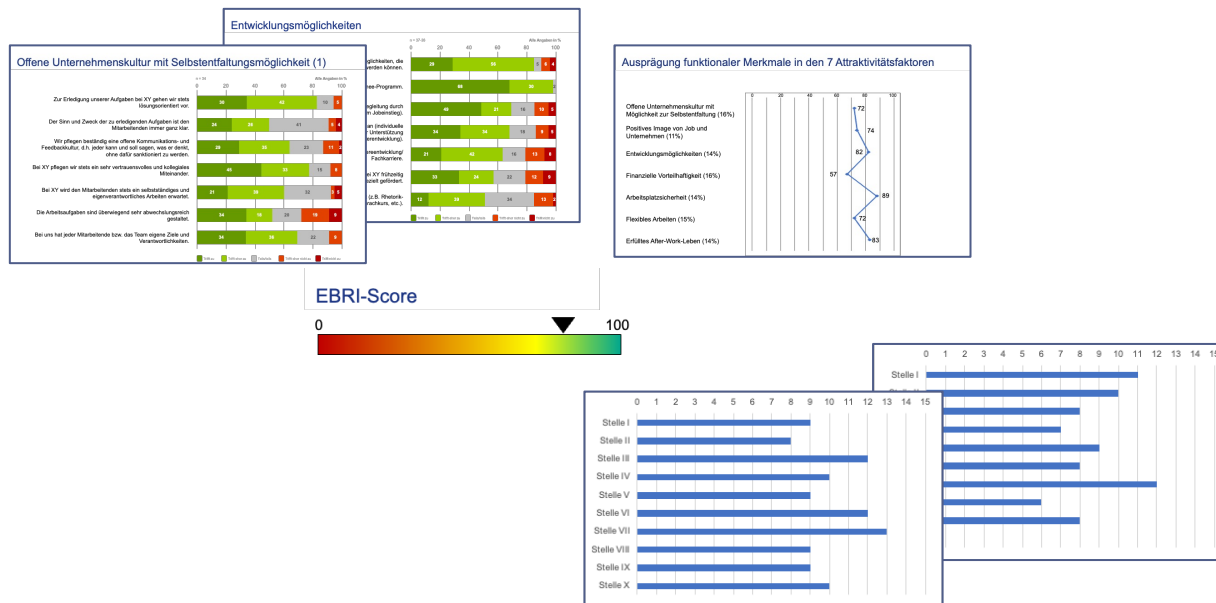
Offene Unternehmenskultur mit Selbstentfaltungsmöglichkeit      Flexibles Arbeiten

Arbeitsplatzsicherheit

Entwicklungsmöglichkeiten

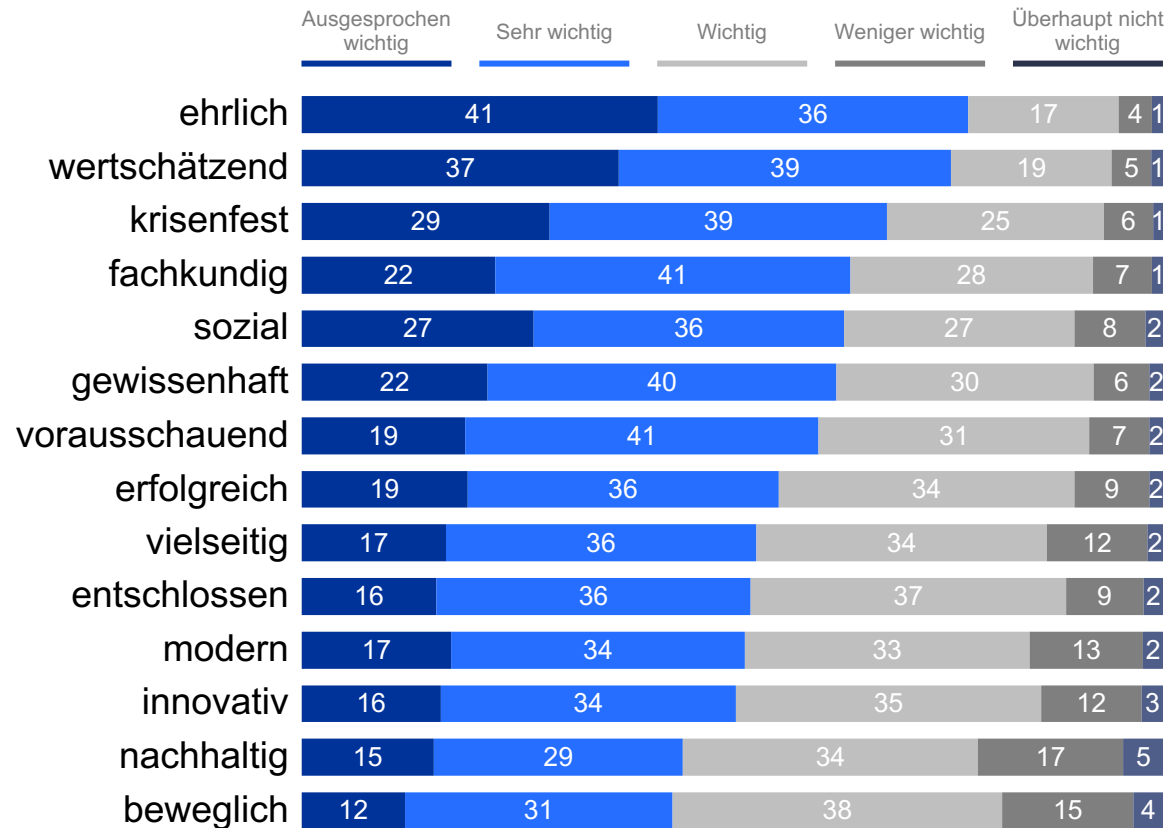
Erfülltes After-Work-Leben

Positives Image vom Job und Unternehmen



# Emotionale Eigenschaften von idealen Arbeitgebern

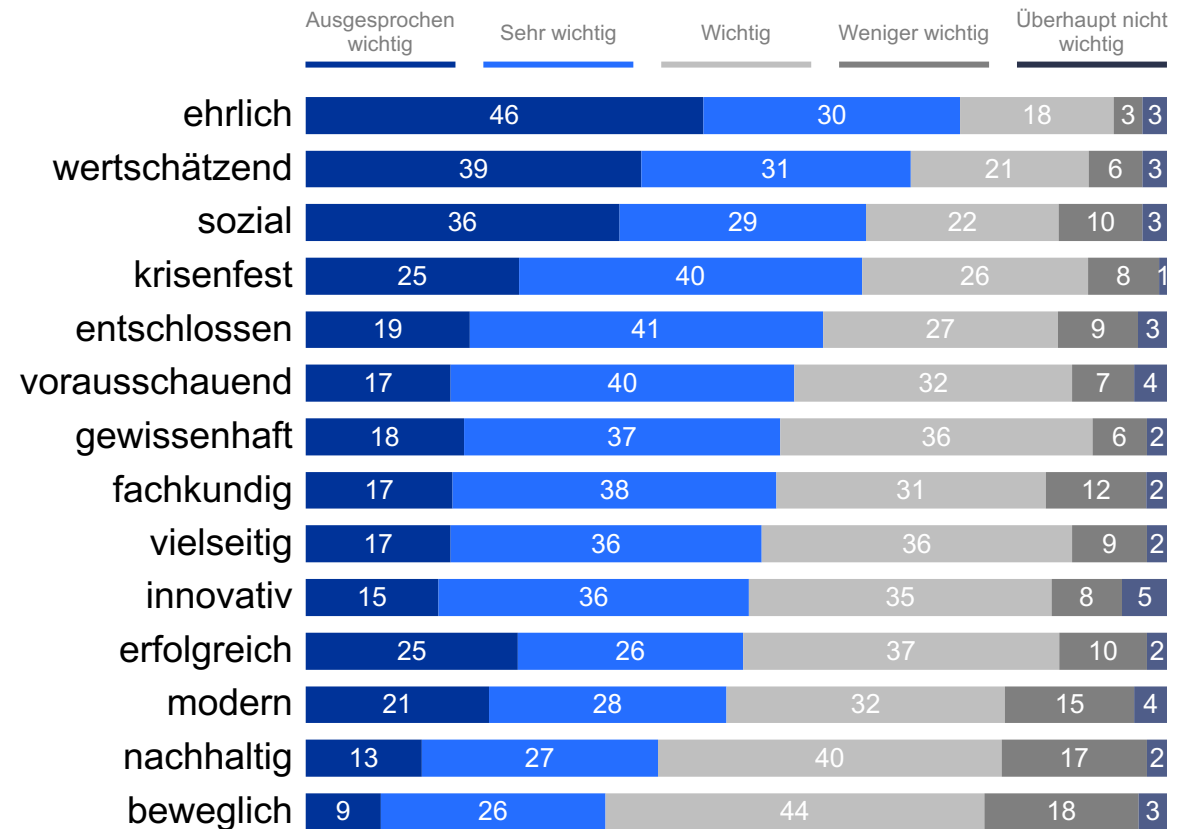
Denken Sie jetzt einmal nur an die eher emotionalen Eigenschaften eines idealen Arbeitgebers. Welche Eigenschaften sind Ihnen hier bei einem Arbeitgeber wichtig?



Q24\_01-14; Angaben in %; rundungsbedingte Abweichungen zu 100% möglich; Basis n = 4.654-4.716

# Wichtige emotionale Eigenschaften für Schüler (Affin. Vertrieb)

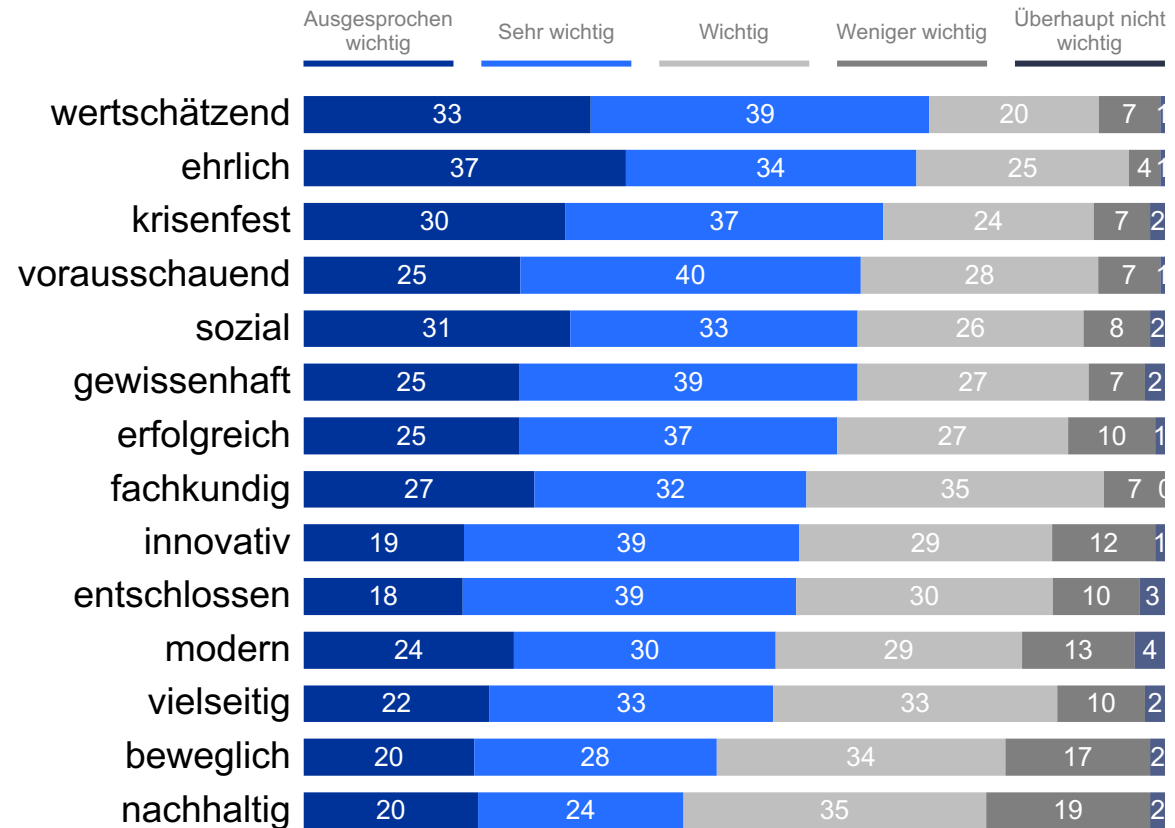
Denken Sie jetzt einmal nur an die eher emotionalen Eigenschaften eines idealen Arbeitgebers. Welche Eigenschaften sind Ihnen hier bei einem Arbeitgeber wichtig? \* Interesse an Versicherungsbranche \* Interesse an Vertriebstätigkeit



Q24\_01-14; Angaben in %; rundungsbedingte Abweichungen zu 100% möglich; Basis n = 205-208

# Wichtige emotionale Eigenschaften für Studenten (Affin. Vertrieb)

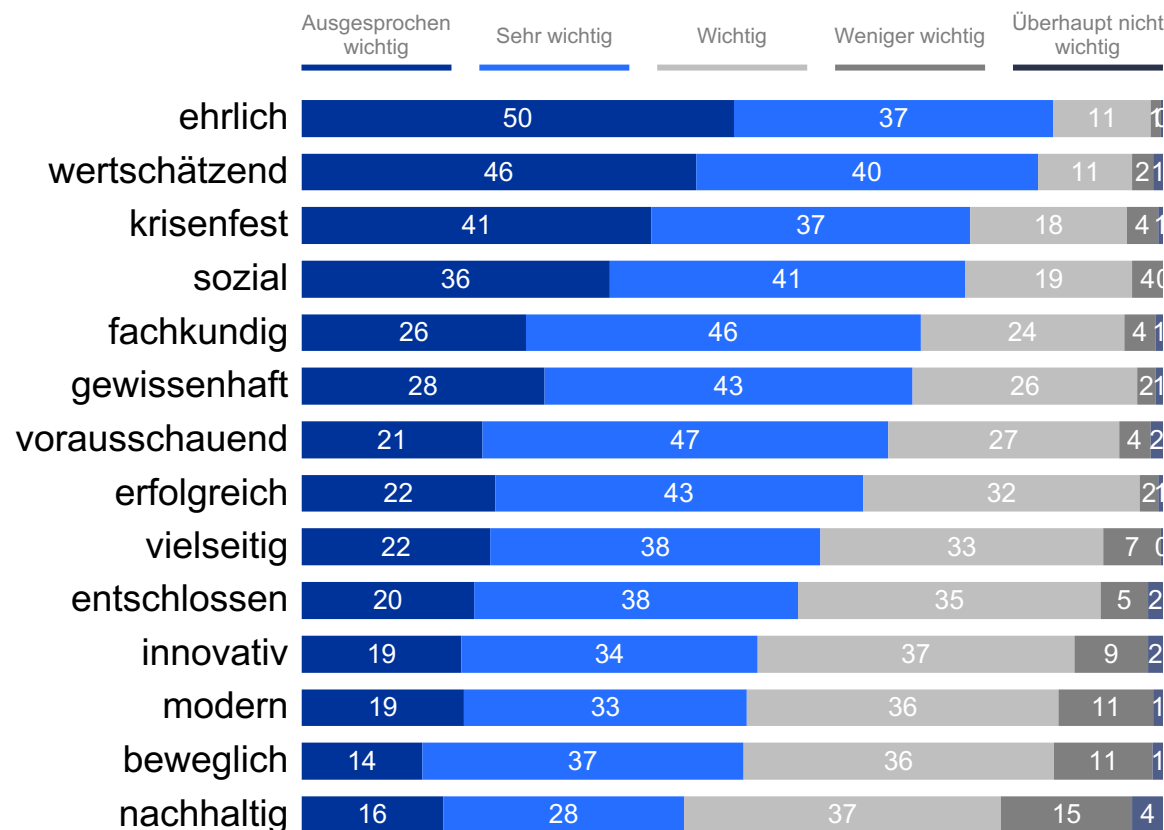
Denken Sie jetzt einmal nur an die eher emotionalen Eigenschaften eines idealen Arbeitgebers. Welche Eigenschaften sind Ihnen hier bei einem Arbeitgeber wichtig? \* Interesse an Versicherungsbranche \* Interesse an Vertriebstätigkeit



Q24\_01-14; Angaben in %; rundungsbedingte Abweichungen zu 100% möglich; Basis n = 166-168

# Wichtige emotionale Eigenschaften für Berufstätige (Ausb.) (Affin. Vertrieb)

Denken Sie jetzt einmal nur an die eher emotionalen Eigenschaften eines idealen Arbeitgebers. Welche Eigenschaften sind Ihnen hier bei einem Arbeitgeber wichtig? \* Interesse an Versicherungsbranche \* Interesse an Vertriebstätigkeit

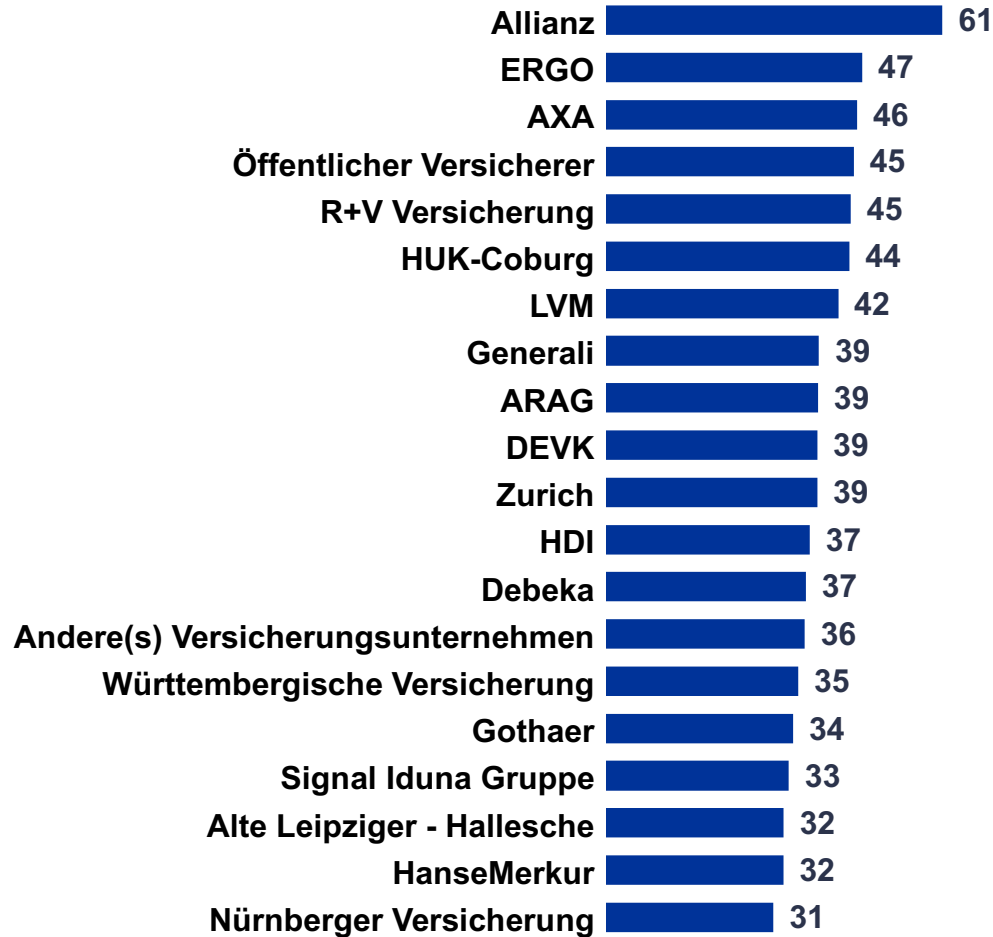


Q24\_01-14; Angaben in %; rundungsbedingte Abweichungen zu 100% möglich; Basis n = 322-330



# Attraktivität von Versicherern

Wie attraktiv erscheinen Ihnen vor dem Hintergrund aller für Sie wichtigen Merkmale und Eigenschaften folgende Versicherungsgesellschaften? \* Interesse an Versicherungsbranche \* Interesse an Vertriebstätigkeit

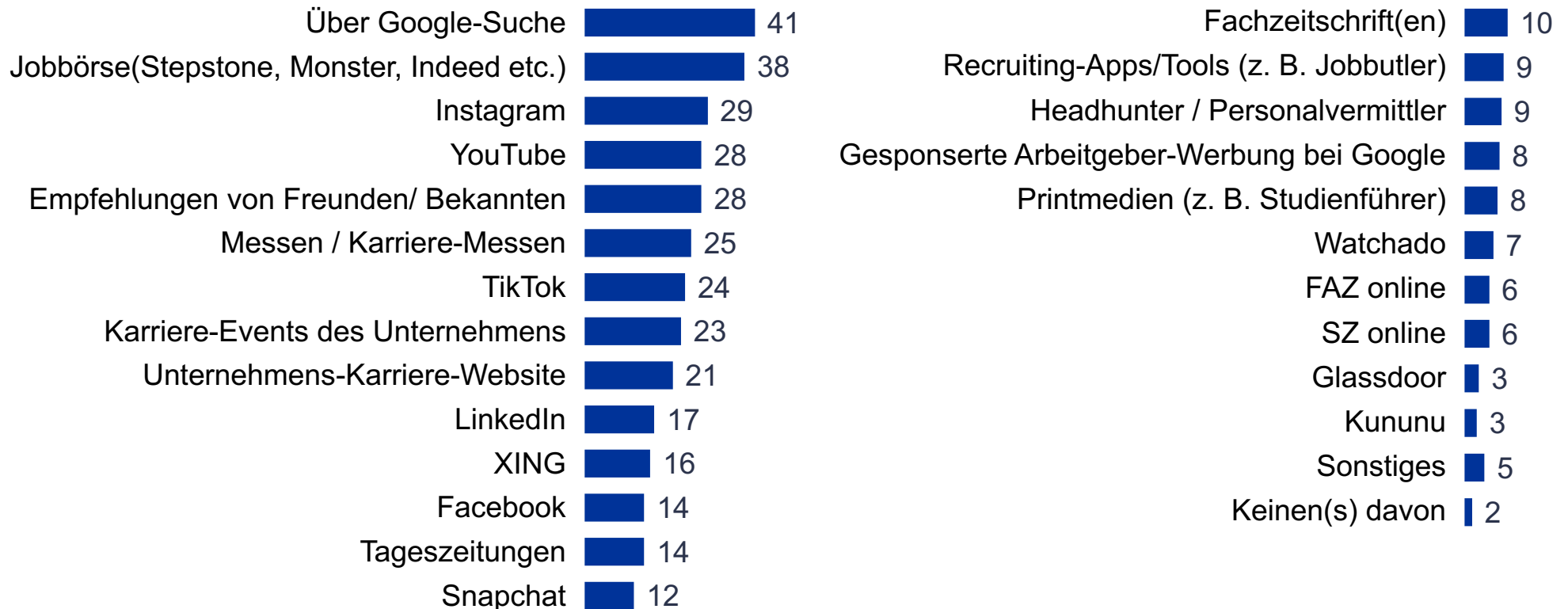


Top-Box-Werte:  
,ausgesprochen attraktiv‘ +  
,sehr attraktiv‘

Q28\_r (Mehrfachantwort); Angaben in %; rundungsbedingte Abweichungen möglich; Basis n = 117-672

# Präferierte Informationskanäle Jobsuche Schüler (Affin. Vertrieb)

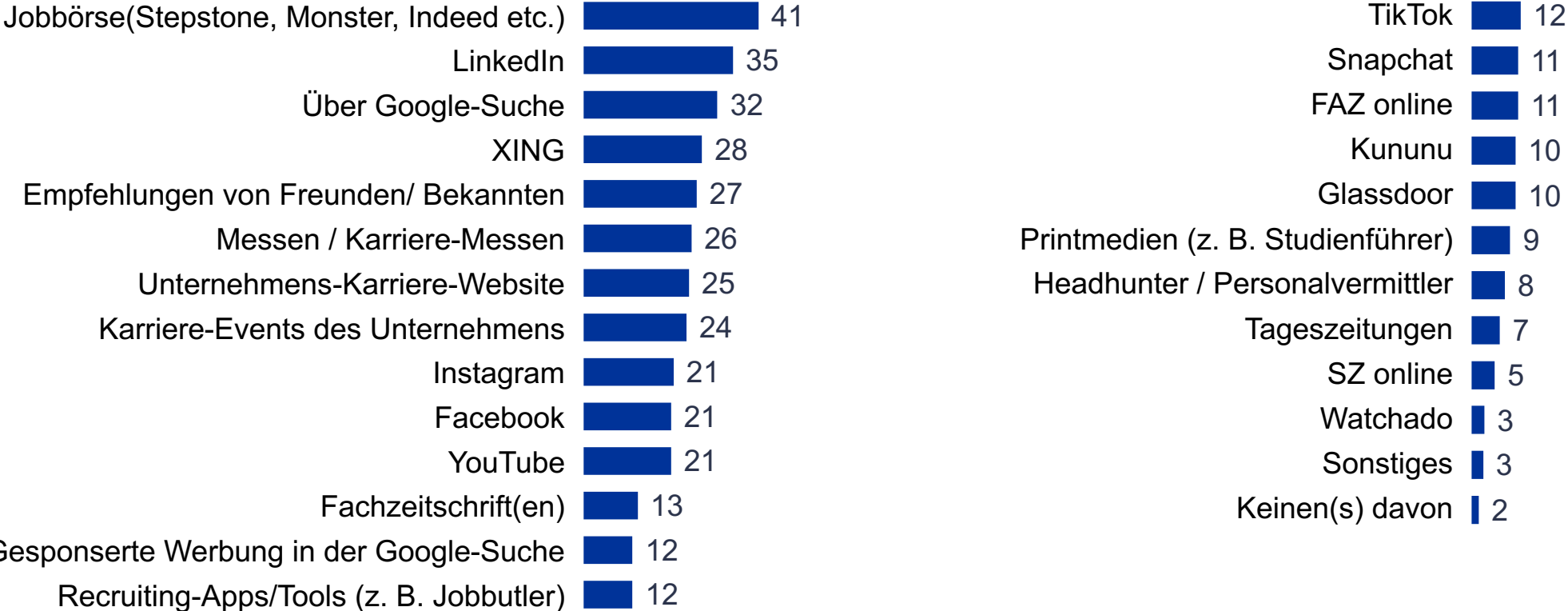
Angenommen Sie sind auf der Suche nach einem (neuen) Job. Welche der folgenden Kanäle und Angebote würden Sie heranziehen, um sich zu informieren? \* Interesse an Versicherungsbranche \* Interesse an Vertriebstätigkeit



Q33 (Mehrfachantwort); Q22 Angaben in %; rundungsbedingte Abweichungen möglich; Basis n = 204

# Präferierte Informationskanäle Jobsuche Studenten (Affin. Vertrieb)

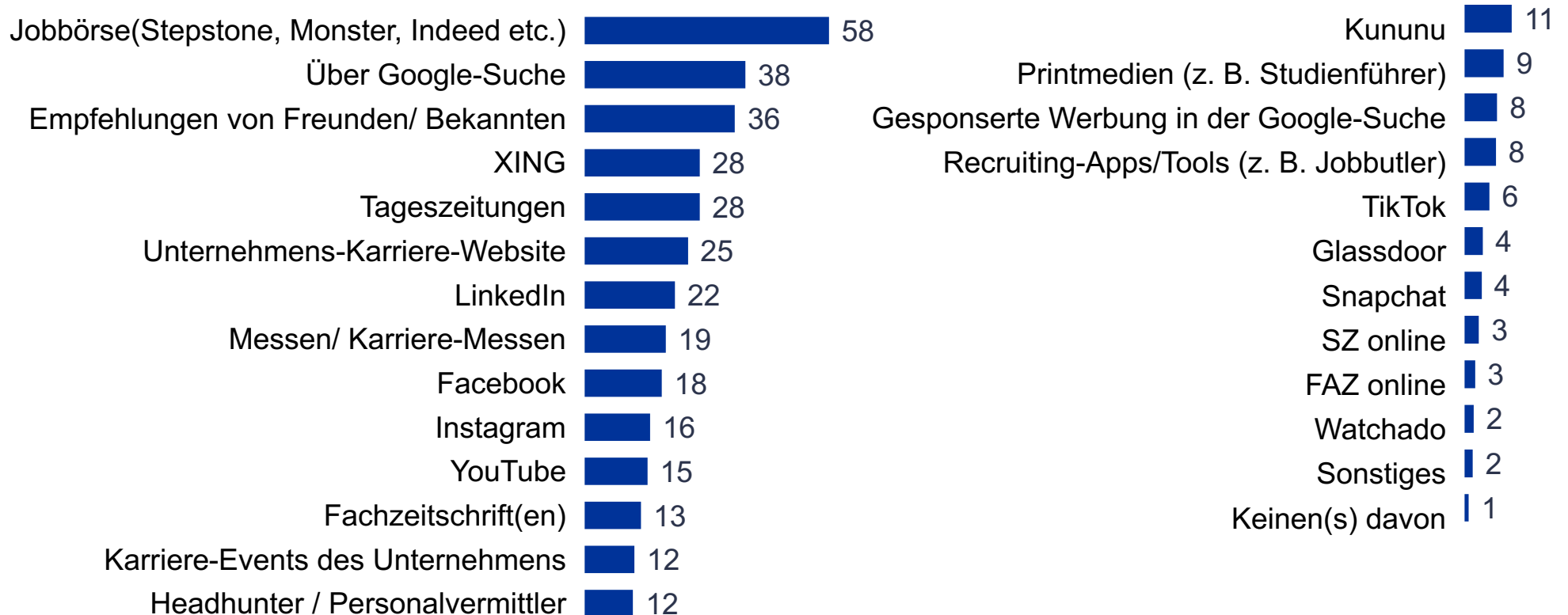
Angenommen Sie sind auf der Suche nach einem (neuen) Job. Welche der folgenden Kanäle und Angebote würden Sie heranziehen, um sich zu informieren? \* Interesse an Versicherungsbranche \* Interesse an Vertriebstätigkeit



Q33 (Mehrfachantwort); Q22 Angaben in %; rundungsbedingte Abweichungen möglich; Basis n = 164

# Präferierte Informationskanäle zur Jobsuche bei Berufstätigen (Ausb.)

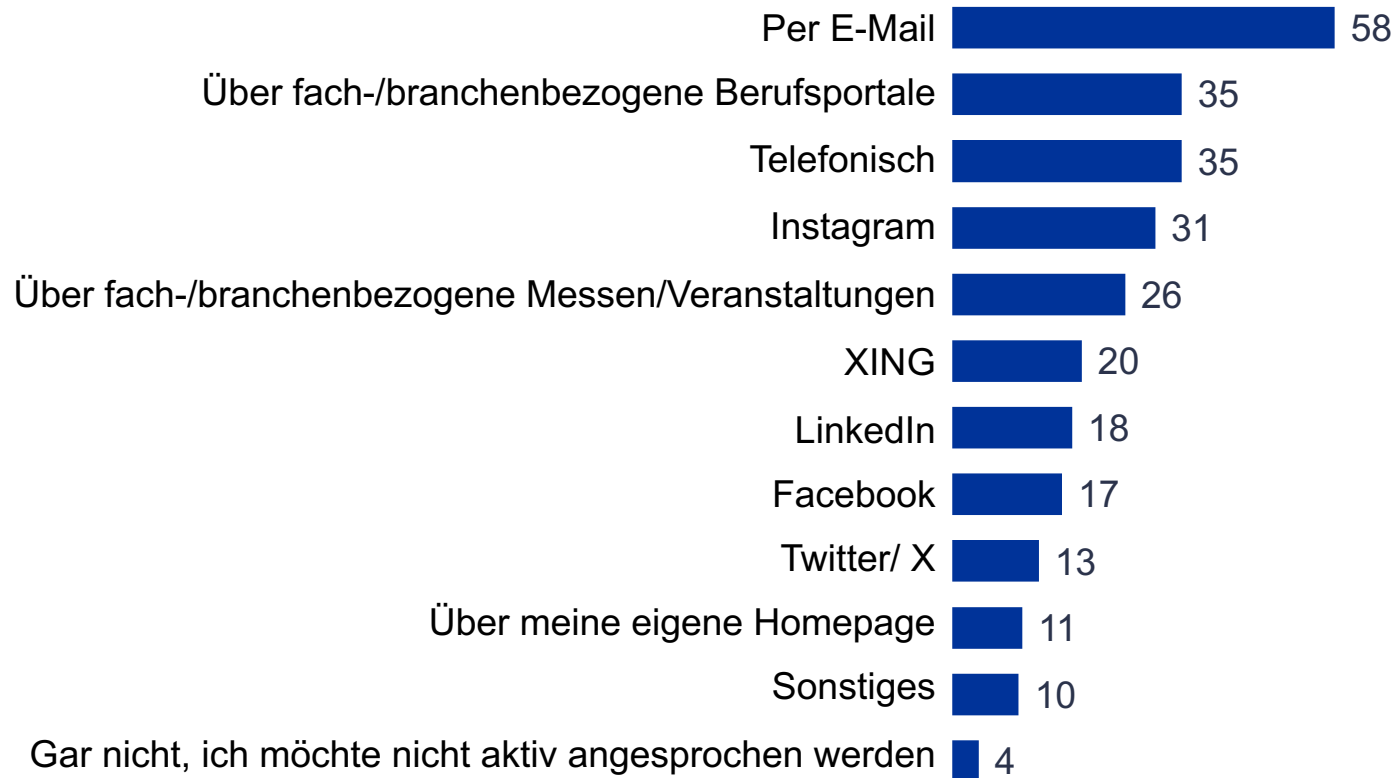
Angenommen Sie sind auf der Suche nach einem (neuen) Job. Welche der folgenden Kanäle und Angebote würden Sie heranziehen, um sich zu informieren? \* Interesse an Versicherungsbranche \* Interesse an Vertriebstätigkeit



Q33 (Mehrfachantwort); Q22 Angaben in %; rundungsbedingte Abweichungen möglich; Basis n = 320

# Active Sourcing Schüler (Affin. Vertrieb)

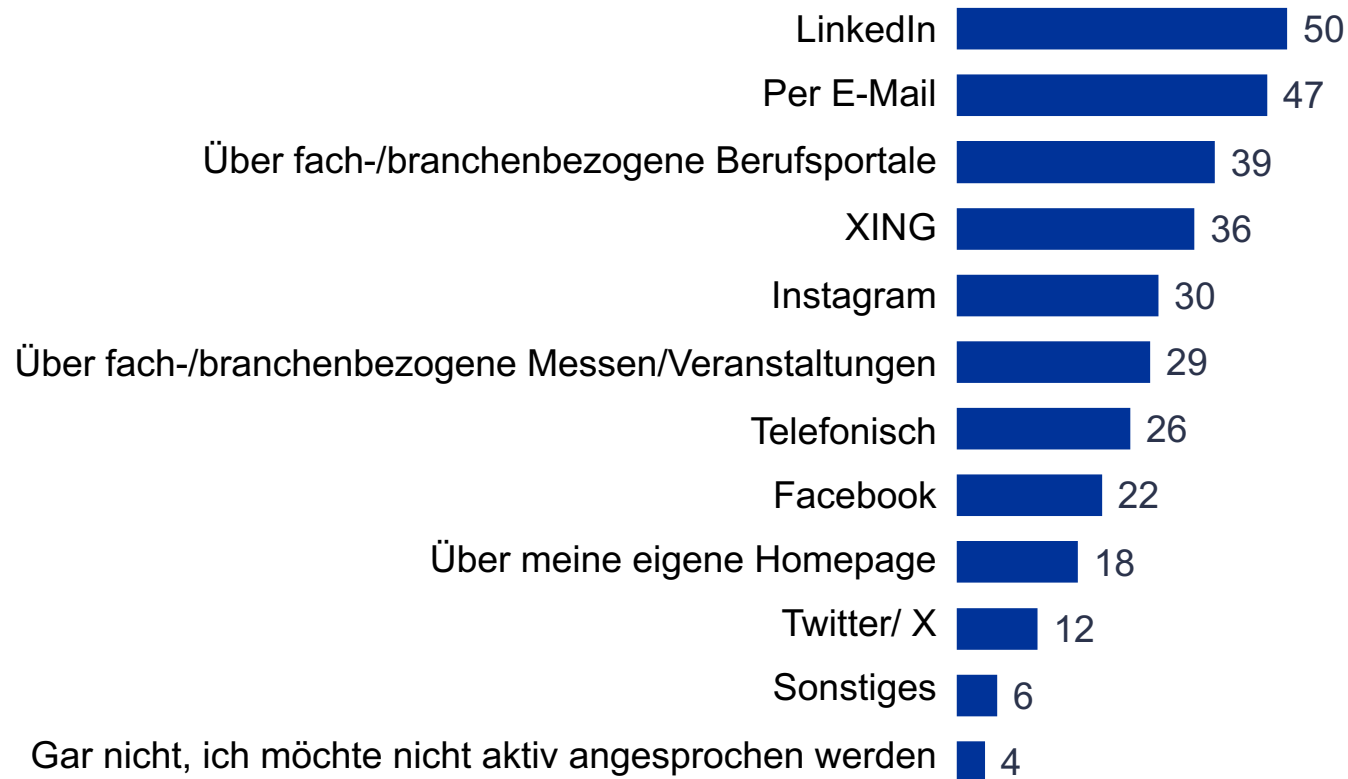
*Angenommen ein Unternehmen möchte Sie aktiv wegen eines Jobs ansprechen: Über welche Kanäle sollte Sie das Unternehmen ansprechen? \* Interesse an Versicherungsbranche \* Interesse an Vertriebstätigkeit*



Q37 (Mehrfachantwort), Q22; Angaben in %; rundungsbedingte Abweichungen möglich; Basis n = 200

# Active Sourcing Studenten (Affin. Vertrieb)

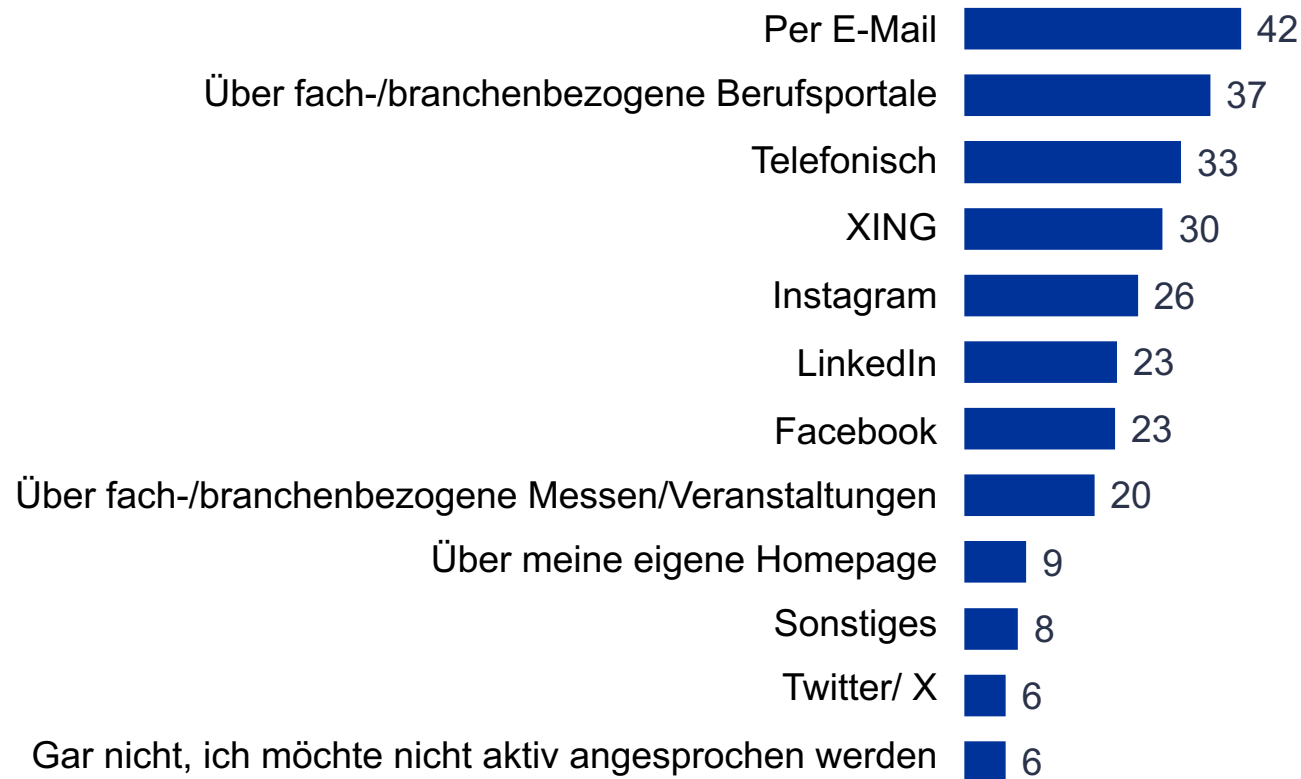
*Angenommen ein Unternehmen möchte Sie aktiv wegen eines Jobs ansprechen: Über welche Kanäle sollte Sie das Unternehmen ansprechen? \* Interesse an Versicherungsbranche \* Interesse an Vertriebstätigkeit*



Q37 (Mehrfachantwort), Q22; Angaben in %; rundungsbedingte Abweichungen möglich; Basis n = 165

# Active Sourcing Berufstätige (Ausb.) (Affin. Vertrieb)

Angenommen ein Unternehmen möchte Sie aktiv wegen eines Jobs ansprechen: Über welche Kanäle sollte Sie das Unternehmen ansprechen? \* Interesse an Versicherungsbranche \* Interesse an Vertriebstätigkeit



Q37 (Mehrfachantwort), Q22; Angaben in %; rundungsbedingte Abweichungen möglich; Basis n = 322

# FAZIT Mitarbeitergewinnung Vertrieb – schwierig, nicht unmöglich

	Schüler	Studenten	Berufstätige (Ausb.)
<b>Information/ Werbung:</b>	Jobbörsen, Google, Video- Kanäle	Jobbörsen, LinkedIn, Google	Jobbörsen, Google, Empfehlungen
<b>Arbeitgeber- attraktivität:</b>	Fixgehalt, bAV, Gehaltsentwicklung, Offene Untern.kultur	Fixgehalt, Lebens- haltungskosten, bAV, Gehaltsentwicklung	Fixgehalt, unbefriste- ter Arbeitsvertrag, Gehaltsentwicklung, Erreichbarkeit Arbeitsstätte
<b>VU- Eigenschaften:</b>	Ehrlichkeit & Wertschätzung	Ehrlichkeit & Wertschätzung	Ehrlichkeit & Wertschätzung
<b>Active- Sourcing:</b>	E-Mail, Portale	LinkedIn, E-Mail	E-Mail, Portale





**Dr. Thomas Bittner**  
Geschäftsführer

Organomics GmbH  
Am Nordpark 83  
50733 Köln

Tel.: +49 221 99879-243  
Mobil: + 49 170 248 8637

[thomas.bittner@organomics.de](mailto:thomas.bittner@organomics.de)

[www.organomics.de](http://www.organomics.de)  
[www.transformationale-fuehrung.de](http://www.transformationale-fuehrung.de)

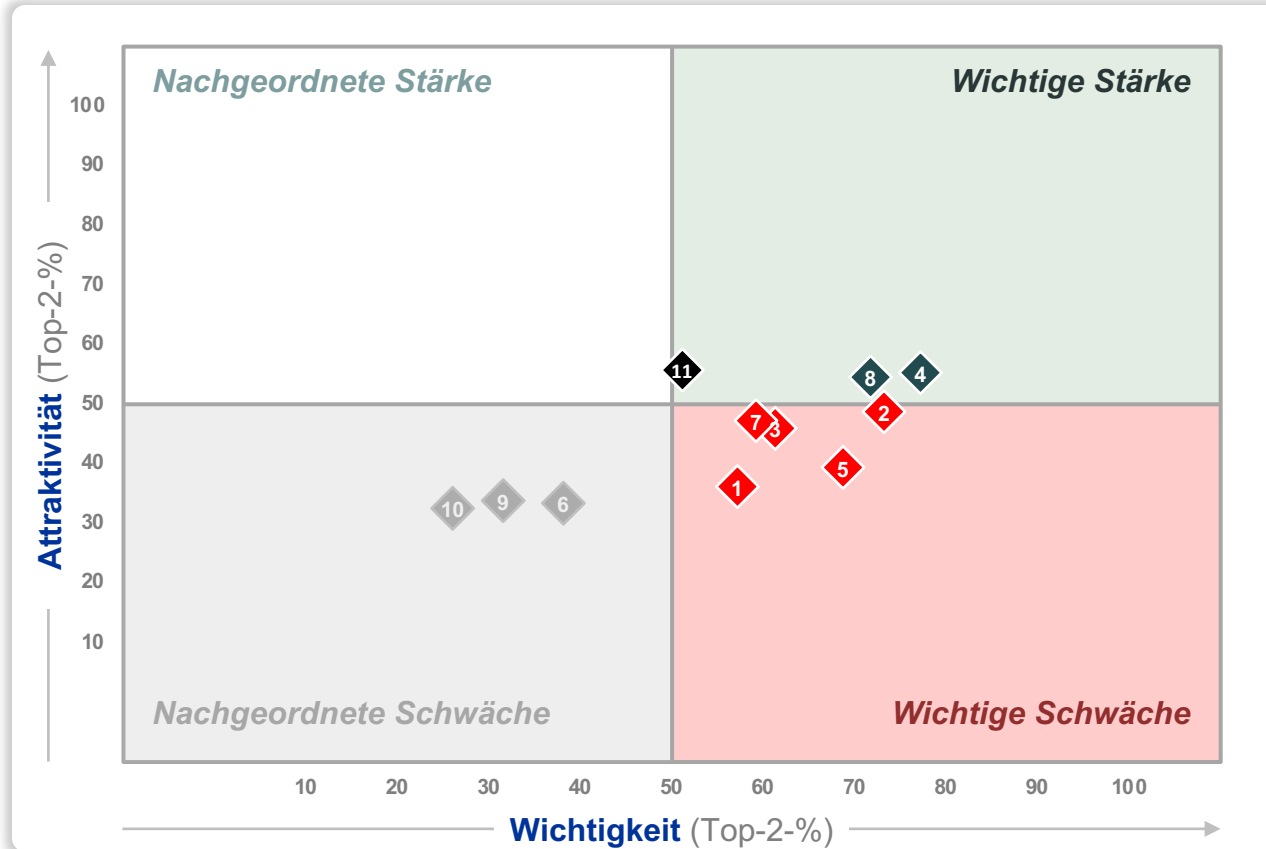
- Jahrgang 1965
- Verlagskaufmann
- Studium der Betriebswirtschaftslehre mit Schwerpunkt Wirtschaftspsychologie in Köln, Paris und Montréal
- Promotion im Fach Wirtschafts- und Sozialpsychologie
- Ausbildung zum systemischen Coach, INeKO
- Heinz-Sauermann-Preis 1991/92 der Gesellschaft für experimentelle Wirtschaftsforschung e.V.
- Stationen bei diversen Beratungsunternehmen
- Vorstand (insges. acht Jahre) psychonomics AG
- 2011 Gründung der Organomics GmbH, Gesellschaft für organisationspsychologische Beratung
- Zuständig für die Themenfelder Führung, Change und Employer Branding

# BACK-UP

# Ideale Arbeitgebermarke und -eigenschaften

## Importance-Performance-Matrix der Merkmale von Versicherern als Arbeitgeber

Welche Merkmale sind Ihnen bei einem Arbeitgeber wichtig? \* Wie attraktiv sind vor dem Hintergrund aller für Sie wichtigen Merkmale und Eigenschaften die Ihnen bekannten Versicherungsunternehmen als Arbeitgeber?



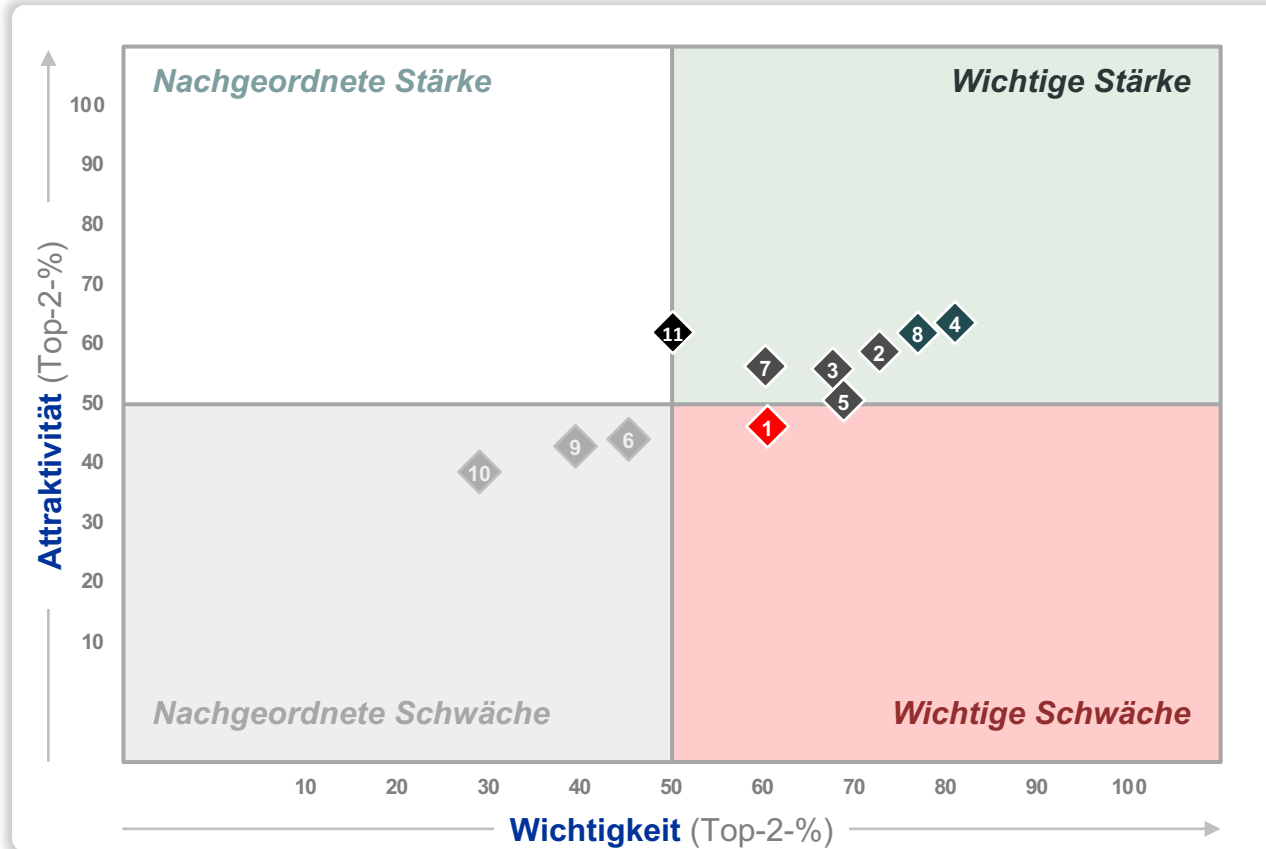
- 1 Unternehmens- und Führungskultur
- 2 Vereinbarkeit von Beruf und Familie
- 3 Karriereperspektive
- 4 Gehalt
- 5 Arbeitsinhalte und Aufgaben
- 6 Unternehmensimage
- 7 Standort des Arbeitsplatzes
- 8 Arbeitsplatzsicherheit
- 9 Gesellschaftlich geachtete Branche
- 10 Internationalität
- 11 Möglichkeit zum Homeoffice

Q23\_01-11, Q25\_01-11; Angaben in %; rundungsbedingte Abweichungen der Top-2-Boxen möglich; Differenzen sind gerundet auf ganze Zahlen; Basis n = 3.639-3.863 Summe der Skalenpunkte „Ausgesprochen wichtig“ + „Sehr wichtig“ und „Ausgesprochen attraktiv“ + „Sehr attraktiv“

# Ideale Arbeitgebermarke und -eigenschaften

## Importance-Performance-Matrix der Merkmale von Versicherern als Arbeitgeber (Vertriebsaffine)

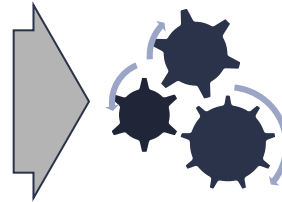
Welche Merkmale sind Ihnen bei einem Arbeitgeber wichtig? \* Wie attraktiv sind vor dem Hintergrund aller für Sie wichtigen Merkmale und Eigenschaften die Ihnen bekannten Versicherungsunternehmen als Arbeitgeber?



- 1 Unternehmens- und Führungskultur
- 2 Vereinbarkeit von Beruf und Familie
- 3 Karriereperspektive
- 4 Gehalt
- 5 Arbeitsinhalte und Aufgaben
- 6 Unternehmensimage
- 7 Standort des Arbeitsplatzes
- 8 Arbeitsplatzsicherheit
- 9 Gesellschaftlich geachtete Branche
- 10 Internationalität
- 11 Möglichkeit zum Homeoffice

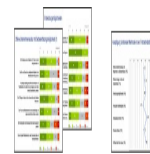
Q23\_01-11, Q25\_01-11; Angaben in %; rundungsbedingte Abweichungen der Top-2-Boxen möglich; Differenzen sind gerundet auf ganze Zahlen; Basis n = 493-939  
Summe der Skalenpunkte „Ausgesprochen wichtig“ + „Sehr wichtig“ und „Ausgesprochen attraktiv“ + „Sehr attraktiv“

Ein Sozialversicherer will seinen bundesweiten Kundenservice nach Personalabbau kundenorientierter ausrichten



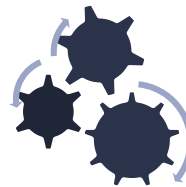
Führungsprogramm: Befragung ⇒ Seminare ⇒ Einzelbegleitung ⇒ Telefon-Feedbacks ⇒ Nachbefragung

Ein regionales Finanzinstitut will seine Führungskräfte auf die Führung auf Distanz vorbereiten/ aktuelle Probleme lösen lassen



Online-Seminare, die die Teilnehmer speziell mit den Werkzeugen der Führung auf Distanz vertraut machen

Ein Serviceversicherer will seinen Vertrieb (regional) aktivieren, ohne zusätzlichen Einsatz monetärer Anreize



Führungsprogramm: Befragung/ Vertriebsanalyse ⇒ Seminare ⇒ Einzelbegleitung ⇒ E-Learning ⇒ Telefon-Feedbacks ⇒ Nachbefragung/ Vertriebsanalyse

Eine Gruppe von Versicherern möchte in Erfahrung bringen, wie potenzielle Bewerber die Branche einschätzen und was sie tun können, um möglichst vielversprechende Kandidaten zu gewinnen



Umfassende Befragung potenzieller Bewerber mehrerer Altersstufen und Erfahrungshintergründe

# Herausforderung Vermittlung von Führung: In den Kopf und ins Handeln bringen

