

# Axel Schwartz People Management GmbH



**Makler Themenzirkel**

**Modernes Recruiting**

31.03.2022



# Axel Schwartz People Management GmbH



  
Dipl. Kaufmann Axel Schwartz,  
Geschäftsführer

AXEL SCHWARTZ  
People Management 

**Branchenkenner  
statt Alleskönner**

Vertrauen Sie im Recruiting auf eine  
führende Personalberatung für die  
Versicherungswirtschaft

  
Bundesverband Deutscher  
Unternehmensärzte

Axel Schwartz People Management GmbH  
Ehrenstraße 79, 50672 Köln

Tel.: 0221/52823990  
E-Mail: [service@axel-schwartz.de](mailto:service@axel-schwartz.de)  
Web: [axel-schwartz.de](http://axel-schwartz.de)

Vertriebspzialisten gesucht:  
[axel-schwartz.de/offene-stellen](http://axel-schwartz.de/offene-stellen)

- Personalberatung für die Versicherungswirtschaft
- Kernkompetenz: Aufgaben im Vertrieb und Vertriebsumfeld
- gegründet 2010 von Axel Schwartz
- Große Praxiserfahrung, gute Branchenkenntnisse und stabile Netzwerke zum Vorteil für unsere Kunden\*innen
- Das Team besteht derzeit aus 27 angestellten und freien Mitarbeiter\*innen mit unterschiedlichen Schwerpunkten
- Sitz der Gesellschaft ist Köln
- [www.axel-schwartz.de](http://www.axel-schwartz.de)

# Worum geht es?

Um das Gewinnen und Binden von Fach- und Führungskräften in der Versicherungswirtschaft

- Die sind schwer zu finden – Stichwort Fachkräftemangel
- Der Personalmarkt hat sich gewandelt. Er ist vor allem stark digital geworden
- Unternehmen bewerben sich bei Kandidatinnen und Kandidaten
- Neue Generationen haben neue Ansprüche



## 10.000 offene Stellen im Vertrieb: GDV forciert Nachwuchssuche

Im Versicherungsvertrieb sind für Nachwuchskräfte und Quereinsteiger viele Stellen frei. Der GDV bündelt nun die Angebote in einem eigenen Portal. Der Job-Atlas ist Teil der Kampagne „Werde #insurancer“. Ziel: Die geringe Attraktivität des Berufsbildes steigern.



# 1. Gestalten Sie Ihre Arbeitgebermarke

- Ein modernes, zeitgemäßes Employer Branding (Arbeitgebermarke)
- Als Haltung und gelebte Unternehmenskultur (sichtbar über Kununu)
- Authentisch, differenzierend gegenüber Wettbewerb
- Zugeschnitten auf die Generationen Y und Z (Generation Purpose)
- Per Kommunikation in Web und Stellenausschreibungen erlebbar



accenturestrategy

**GENERATION  
P(URPOSE)**  
FROM FIDELITY TO FUTURE VALUE

ACHIEVE COMPETITIVE AGILITY



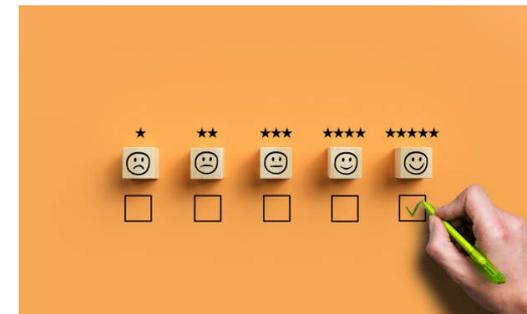
# Employer Branding: Gedankensplitter zur Generation Z

- Gesundheit und Wunsch nach Selbstverwirklichung wichtigste Werte
- Wenig Vertrauen in Autoritäten, sondern eher überzeugt in eigene Fähigkeiten
- Nachhaltigkeit und Klimaschutz haben sehr hohen Stellenwert
- Klare Trennung von Beruf und Privat (Unterschied zu Flexibilität der Generation Y)
- Berufliche Sicherheit ist ihnen wichtig
- Komplette digitale Generation
- Erwartung unmittelbarer Reaktionen



## 2. Bieten Sie Perspektiven

- Fach- und Führungskräfte wollen sich weiterentwickeln
- Bieten Sie gezielt Weiterbildung und Qualifizierung
- Fordern und fördern Sie individuell als Karrierebegleiter
- Setzen Sie auf eine transparente Feedbackkultur
- Die Aussicht auf den „Next Step“ ist ein wertvoller Motivator
- Ihr starkes Team ist ein Pluspunkt in der Gewinnung der „richtig Guten“



## 3. Setzen Sie auf Social Media

- Junge Fach- und Führungskräfte (digital Natives) netzwerken auf XING und LinkedIn
- Präsentieren Sie sich hier als spannender Arbeitgeber
- Bauen Sie kontinuierlich Ihre XING- und LinkedIn-Netzwerke aus, gewinnen Sie Follower
- Entwickeln Sie für die Zielgruppe relevanten Content, Hilfsmittel: PERSONA
- Betreiben Sie Active Sourcing – treten Sie in Kontakt
- Schreiben Sie hier Stellen aus und streuen Sie diese



## 4. Definieren Sie möglichst genau den/die Zielbewerber\*in

- Beschäftigen Sie sich mit den Menschen, die Sie haben wollen
- Definieren Sie diese zum Beispiel über eine PERSONA (fiktive Person, die für eine bestimmte Zielgruppe steht)
- Formulieren Sie Ihre Stellenausschreibungen auf die PERSONA zugeschnitten
- Gestalten Sie Social Media Content und ihre Kommunikation auf die PERSONA zugeschnitten
- 50% PERSONA ist besser, als sich gar keine Gedanken über die Zielgruppe zu machen



# Perspektiven-Wechsel durch PERSONA

## Vorlage: Persona-Profil [NAME + TYP]

### Hintergrund zur Person: (Beruf, Karriere, Bildung, Familie)

- Wie sieht der/die typische/r Vertreter/in dieser Kundengruppe aus?
- Welchen Beruf übt der Vertreter aus?
- Wie sind die familiären Verhältnisse?
- Was ist der Person im Leben wichtig?

### Demographie:

- Alter
- Geschlecht
- Wohnort
- Wohnverhältnis

### Foto:

Wie sieht der/die typische/r Vertreter/in der Gruppe aus?



### Identifikatoren:

- Was macht die Persona aus (z. B.: Hobbys, Interessen)?
- Wie ist ihr Auftreten?
- Welches sind ihre bevorzugten Kommunikationskanäle?
- Wie ist das Informationsverhalten (On-/Offline & welche Kanäle)?
- Wie ist das Einkaufsverhalten (On-/Offline)?
- Wer übt Einfluss auf die Persona aus (Freunde, Arbeitskollegen, Vorbilder etc.)?

### Erwartungen, Ziele & Emotionen:

- Was möchte diese Persona mit dem Kauf erreichen?
- Welche Probleme will sie lösen?
- Welchen Nutzen will sie erzielen?
- Und welche Gefühle könnten dies alles begleiten?
- Welche Ängste könnte sie haben?
- Und was könnte sie ganz besonders begeistern?

### Herausforderungen:

- Welche Herausforderungen treten für die Persona bei der Kaufentscheidung bzw. Anbieter- & Produktauswahl auf?
- Womit hat sie zu kämpfen?
- Was fällt ihr schwer?

### Ideale Lösung:

- Wie können wir der Persona helfen, die Herausforderung zu meistern?
- Wie können wir ihre Erwartungen übertreffen?
- Mit welchen Emotionen können wir die Persona abholen?
- Wie helfen wir, dass sie ihre Ziele erreicht?

### Häufige Einwände:

- Warum würde die Persona unser/e Produkt/Dienstleistung nicht kaufen?
- Welche Gegenargumente können aufkommen?
- Was könnte sie stören oder verunsichern?

## 5. Nutzen Sie Ihre Branchenkontakte

- In der Versicherungsbranche ist viel Bewegung
- Unternehmen, Anbieter strukturieren um...
- Haben Sie ein Ohr im Markt, nutzen Sie Ihre Kontakte
- Seien Sie präsent: Verbands- und Branchentreffen
- Auch hier sind Xing und LinkedIn gute Tools



## 6. Seien Sie offen für 50+

- Profitieren Sie von der Erfahrung der Generation 50+
- Wenden Sie den Blick von den Vorurteilen in Richtung Vorteile
- Sprechen Sie „ältere“ Kandidatinnen und Kandidaten gezielt an
- Lassen Sie in Teams Jüngere und Ältere zusammenarbeiten
- Nutzen Sie den Vorteil, dass viele Wettbewerber noch nicht 50+ im Fokus haben



## 7. Aktivieren Sie die Kontakte Ihres Teams

- Motivieren Sie Ihr Team, Teil des Recruitings zu werden
- Jede und jeder sollte Markenbotschafter der Arbeitgebermarke sein
- Über Ausbildung, Studium, frühere Arbeitgeber sind alle in der Branche vernetzt
- Auch über die Social Media
- Führen Sie die Wichtigkeit des gemeinsamen Recruitings vor Augen, schaffen Sie ggf. Anreize



## 8. Professionalisieren Sie Ihren Bewerbungsprozess

- Der erste Eindruck zählt – antworten Sie zügig und persönlich auf eingehende Bewerbungen
- Lassen Sie „mobile Bewerbungen“ zu: Kurz-Lebenslauf über LinkedIn/XING oder Whatsapp
- Laden Sie kurzfristig zu einem ersten Kennenlernen zum Beispiel per Videokonferenz ein
- Zeigen Sie entlang des Bewerbungsprozesses Interesse und Wertschätzung
- Führen Sie offene, individuelle, Perspektiven aufzeigende Bewerbungsgespräche auf gleicher Augenhöhe
- Sagen Sie individuell und wertschätzend ab, wenn es nicht passt



## 9. Bilden Sie aus

- Investieren Sie in den eigenen Nachwuchs
- Knüpfen Sie frühzeitig Kontakte (z.B. Schüler- und Studentenpraktika). Gestalten Sie das „Reinschnuppern“ möglichst spannend und inspirierend
- Animieren Sie Praktikant\*innen und Auszubildende authentisch über den Arbeitsalltag auf „ihren“ Kanälen (vor allem Instagram) zu berichten. Bespielen Sie diese Kanäle selbst zur Nachwuchsgewinnung (VORSICHT: Authentizität)
- Denken Sie daran: Die Generation Z hat ihre eigenen Bedürfnisse
- Gestalten Sie die Ausbildung modern, spannend, attraktiv



## 10. Profitieren Sie durch Personalberater-Expertise

- Nutzen Sie für Ihr Recruiting zusätzlich die Markt- und Fachexpertise von Personalberatern
- Verschaffen Sie sich über den Personalberater Zugang zu (weiteren) potenziellen Bewerber\*innen
- Wählen Sie eine/n auf die Versicherungsbranche spezialisierte/n Berater\*in



# Herausforderungen in Chancen verwandeln

- Es gibt viel zu tun!
- Geben Sie dem Thema Priorität
- Stellen Sie Ihr Unternehmen neu bzw. besser auf
- Professionalisieren Sie Ihr Employer Branding und Recruiting
- Gehen Sie Schritt für Schritt vor
- Setzen Sie auf Experten-Support

**VIEL ERFOLG!**

# Unsere Kontaktdaten

## Axel Schwartz People Management GmbH

Ehrenstraße 79

50672 Köln

Telefon: +49-0221-82823880

Mobil: +49-0173-5169300

E-Mail: [service@axel-schwartz.de](mailto:service@axel-schwartz.de)

[www.axel-schwartz.de](http://www.axel-schwartz.de)

