



Service-Check 2017, Teil 2: *TeleTalk* stellte zusammen mit dem Expertenteam der Gevekom das Bewerbermanagement bei 20 großen deutschen Versicherungskonzernen auf den Prüfstand. Wie funktioniert der Arbeitnehmermarkt 4.0?

Auch in diesem Teil des Service-Check 2017 haben die Tester der Gevekom einmal mehr genau hingeschaut – im Fokus stand die Qualität (Art und Umfang der Kommunikation) und die Quantität (Reaktionsgeschwindigkeit) in der Kommunikation von Versicherern mit potentiellen Kandidaten. Im Bewerbermanagement wurden explizit

Szenarien potentieller Interessenten genutzt, die sich für eine Ausbildung in dem jeweils angesprochenen Unternehmen interessieren. Getestet wurde die Professionalität am Telefon, per E-Mail, auf dem Postweg und über die neuen digitalen Kanäle.

Das Szenario: ein potentieller Auszubildender sucht für das kommende Ausbildungsjahr einen attraktiven Ausbildungsplatz. Im

ersten Schritt wurde auf den Unternehmenswebseiten nach einer speziellen Rufnummer/Hotline gesucht, alternativ haben die Tester dann versucht über die Rufnummer der Firmenzentrale einen Ansprechpartner ans Telefon zu bekommen.

Testkanal Telefon

Bei den 20 Unternehmen konnte in nur sieben Fällen (mit je drei Anwahlversuchen) ein Ansprechpartner erreicht werden. Sieben Unternehmen haben eine direkte Hotline oder eine entsprechende Rufnummer auf der Webseite, bei 13 Unternehmen musste der potentielle Kandidat die Rufnummer der Zentrale nutzen. Bei sechs Unternehmen kam ein Sprachportal zum Einsatz, im Schnitt musste eine Auswahl getätigt werden.

Ohne Warteschleife wurden Ansprechpartner bei der Provinzial, der VGH und der

alten Leipziger erreicht. Besonders lange müssen Anrufer bei der Hanse Merkur (1:34 Minuten), bei der Basler (1:24 Minuten) und der VHV (4:15 Minuten) warten.

Auszug aus dem Testprotokoll

Bei der Concordia musste der potentielle Kandidat die Rufnummer der Zentrale anrufen. Die Warteschleife lag bei 57 Sekunden, im Sprachportal war eine Auswahl zu treffen. Die dann erreichte Ansprechpartnerin der Telefonzentrale war freundlich und vermittelte direkt in die Personalabteilung, leider ohne Ankündigung der Warmübergabe, die Vermittlung erfolgte sehr abrupt aus dem Gespräch heraus. Die Personalabteilung informierte dann den potentiellen Bewerber über die Möglichkeiten einer Bewerbung und über die Bedingungen (online bewerben) einer Bewerbung bei der Concordia.

Bei der alten Leipziger hatte der Bewerber direkt den richtigen Ansprechpartner am Telefon. Im Gespräch wurden sehr viele Informationen auch proaktiv vermittelt, etwa zum möglichen Ausbildungsstandort, den Bedingungen und den Bewerbungsmöglichkeiten. Der Ansprechpartner war freundlich und hat sich viel Zeit für den Anruf genommen.

Testkanal E-Mail

Alle 20 Unternehmen haben per E-Mail eine Anfrage einer potentiellen Kandidatin erhalten. In dem Szenario wurde erfragt, welche Voraussetzungen erfüllt werden müssen, um als Kandidat für eine Berufsausbildung in Frage zu kommen. Bei neun Unternehmen konnte eine konkrete E-Mail-Adresse für HR-Anfragen ermittelt werden, bei elf Unternehmen mussten die Tester eine allgemeine E-Mail-Adresse verwenden. Von den getesteten Unternehmen haben insgesamt zwölf Unternehmen den Eingang der E-Mail mit einer automatischen Eingangsbestätigung bestätigt.

Die durchschnittliche Reaktionszeit lag bei 32 Stunden. Am schnellsten im Test: die VHV Gruppe (3 Stunden und 30 Minuten), dicht gefolgt von der Ergo Direkt (6 Stunden und 15 Minuten). Am nächsten Tag kamen die Rückmeldungen von der alten Leipziger,

der LVM Versicherung und der DBV. Länger gedauert hat es bei Cosmos Direkt (9 Tage) und der VGH (14 Tage). Von der D.A.S. und der AachenMünchener haben die Tester keine innerhalb von 3 Wochen keine Rückmeldung per E-Mail erhalten.

Die durchschnittliche Länge der Antworten umfasste 28 Wörter (exklusive Signatur). Die meisten Rückmeldungen waren nach einem ähnlichen Schema aufgebaut: Im ersten Satz hat man sich für das Interesse bedankt, im zweiten Satz wurde die Internetadresse genannt. Ein dritter Satz oder ein möglicher Abschluß (wie ein Kontaktangebot für Rückfragen) hat in neun Fällen komplett gefehlt, hier folgte anschließend direkt die E-Mail-Signatur.

Bei der DBV Versicherung wurde leider nur auf „Replay“ und dann auf „Senden“ geklickt, denn hier hat die potentielle Kandidatin ihr Anschreiben ohne eine Antwort nach einigen Tagen erneut im Postfach gefunden.

Auszug aus dem Testprotokoll

Die Barmenia Krankenversicherung hat innerhalb von zwei Tagen geantwortet. Wie bei den anderen Konzernen sind auch hier leider alle Ausbildungsplätze für das Jahr 2017 bereits belegt. Aber es wurde eine Alternative angeboten: Sollte sich die Kandidatin für eine Position im Außendienst interessieren, wurde ein weiterer Ansprechpartner genannt. Dieser können dann alle relevanten Informationen persönlich geben. Es wurde auch der Hinweis gegeben, dass sich die Anforderungen zwischen dem Innen- und dem Außendienst unterscheiden.

Die Antwort der ARAG SE leitet nach der Begrüßung mit „wie Sie unserer Stellenausschreibung entnehmen können“ ein – hier wird dem potentiellen Kandidaten direkt suggeriert, dass er einfach zu dämlich ist, die Webseite oder die Stellenanzeigen des Unternehmens richtig zu lesen. Anschließend wird der Link zum Jobportal erklärt – ein vielen Dank für das Interesse, ein Kontaktangebot für mögliche Rückfragen oder ein netter Abschluss – Fehlanzeige! Hier haben potentielle Kandidaten sicher großes Interesse sich weiter mit den Job-

angeboten der ARAG SE weiter im Detail zu beschäftigen.

Neben der Barmenia Krankenversicherung ist auch die Ergo Direkt im Test sehr positiv bei den E-Mail-Rückmeldungen aufgefallen. Die Antwort kam am selben Tag, die Antwort war sehr ausführlich. Eine Mitarbeiterin bedankte sich für das Interesse, dann wurden die Anforderungen (an potentielle Bewerber) aufgeführt. Im zweiten Schritt ging die Mitarbeiterin auf Fragen nach möglichen verfügbaren Ausbildungsplätzen ein. Leider waren 2017 bereits alle Plätze vergeben, man könne aber noch ein Duales Studium anbieten, mit dem Schwerpunkt BWL – wenn das Abitur mit einem Schnitt von 2,5 oder besser abgeschlossen worden sei. Die Bewerbung nahm die Ansprechpartnerin direkt per Mail entgegen, optimalerweise als PDF-Datei. Sie erklärt am Ende noch, dass im Juli 2017 mit der Auswahl für das Ausbildungsjahr 2018 begonnen wird.

Testkanal Brief

Auch auf dem Postweg haben alle 20 Unternehmen fiktive Anfragen potentieller Kandidaten erhalten. Postalisch hat sich ein Kandidat nach den Ausbildungsmöglichkeiten bei den selektierten Versicherungskonzernen erkundigt.

Innerhalb von einer Woche haben drei Unternehmen geantwortet, innerhalb von 14 Tagen haben sich vier weitere Unternehmen gemeldet, ein Unternehmen innerhalb von drei Wochen, und bei 12 Unternehmen erfolgte keine Rückmeldung auf die postalische Anfrage.

Am schnellsten haben die Concordia Versicherung (zwei Tage Reaktionszeit) und die ARAG Versicherung (zwei Tage Reaktionszeit) geantwortet und die Basler Versicherung (fünf Tage Reaktionszeit).

Inhaltlich war bei den meisten Kundenanschriften der Einsatz von Textbausteinen zu erkennen. Als Grundlage wurden häufig Formulierungen einer Absage in Kombination mit dem Hinweis auf das Onlineangebot genutzt. Die Anschreiben waren insgesamt sehr kurz gehalten. Keines der

SERVICE-CHECK HR IN VERSICHERUNGSKONZERNEN

Folgende Unternehmen wurden getestet:

AachenMünchener

ALTE LEIPZIGER Holding Aktiengesellschaft

ARAG SE

Barmenia Allgemeine Versicherungs-Aktiengesellschaft

Baseler Sachversicherungs- Aktiengesellschaft

Central Krankenversicherung AG

Concordia Versicherungs-Gesellschaft auf Gegenseitigkeit

Continental Sachversicherung AG

Cosmos Lebensversicherungs- Aktiengesellschaft

D.A.S Deutscher Automobil Schutz

Allgemeine Rechtsschutz-Versicherungs AG

DBV Deutsche Beamtenversicherung,

Zweigniederl. der AXA Versicherung AG

DEVK Deutsche Eisenbahn Versicherung

Sach- und HUK Versicherungsverein a.G

ERGO Direkt Lebensversicherung AG

Generali Versicherung AG

HanseMercur Krankenversicherung AG

LVM Landwirtschaftlicher Versicherungs- verein Münster a.G

Provinzial Rheinland Versicherung AG

RheinLand Versicherungs AG

VGH Versicherungen

VHV Allgemeine Versicherung AG

getesten Unternehmen hat sich wirklich Mühe gegeben, den möglichen Kandidaten als möglicher Arbeitgeber für sich zu gewinnen.

Auszug aus dem Testprotokoll

Bei der DEVK erfolgte die Rückmeldung nach sechs Tagen. Das Anschreiben wurde kurz gehalten, man bedankt sich für das Interesse an einer Ausbildung bei der DEVK. Im zweiten Absatz erfolgt die Absage - leider sind alle Ausbildungsplätze bereits belegt, man wünscht der potentiellen Kandidatin für ihren beruflichen Werdegang weiterhin alles Gute.

Die AXA hat nach 14 Tagen geantwortet, auch hier war das Anschreiben sehr knapp formuliert. Man biete leider kein duales Studium an und man bedankte sich für das Interesse. Es wurde ein Flyer über die gene-

relle Berufsausbildung bei der AXA im Rhein-Main gebiet beigelegt, bei Rückfragen stehe man gerne telefonisch zur Verfügung. Der Flyer wurde farbig auf Kopierpapier gedruckt, beinhaltet grundsätzlich viele Informationen zu den Rahmenbedingungen einer Ausbildung, wirkt jedoch nicht wirklich ansprechend.

Testkanal Internet

Alle Unternehmen verfügen über eine Webseite mit entsprechenden Karriereseiten. In vielen Fällen sind Informationen zu einer möglichen Berufsausbildung schwer zu finden, beispielsweise bei der Generali oder der ARAG. Die meisten Unternehmen stellen ihre Stellenanzeigen bei Onlineportalen wie Stepstone (Platz Nr.1), gefolgt von Indeed (Platz Nr.2) und Monster (Platz Nr.3) ein. Unternehmen wie beispielsweise Ergo Direkt oder die alte Leipziger nutzen alle drei Plattformen um ihre Stellenanzeigen zu veröffentlichen.

Im Zeitalter sozialer Netzwerke und der digitalen Kommunikation nutzen immerhin elf von 20 Unternehmen Plattformen wie etwa Facebook, um sich als Arbeitgeber potentiellen Kandidaten zu präsentieren, so die Unternehmen Generali, DAS, Cosmos Direkt oder ARAG. Bei der DBV, der Concordia und der Rheinland Versicherung wurden auf den sozialen Plattformen bei der Recherche keine entsprechenden Profile für die HR-Kommunikation gefunden. Alle Unternehmen bieten die Möglichkeit einer Onlinebewerbung an. Bei den Kontaktmöglichkeiten auf den HR-Seiten liegen die Unternehmen schon wieder sehr weit auseinander. So bieten die Generali, DAS oder Concordia Kontaktmöglichkeiten per Telefon oder E-Mail, so ist bei der Provinzial beispielsweise kein direkter Kontakt möglich.

Auszug aus dem Testprotokoll

Bei der LVM sind Stellenanzeigen bei Monster, Indeed, Kimeta und Stepstone zu finden. Das Unternehmen nutzt Platt-

formen wie XING oder Facebook für die zielgruppengerechte HR-Kommunikation. Potentielle Bewerber können vorab mit dem Unternehmen telefonisch, per E-Mail oder per Post Kontakt aufnehmen. Für die Ausbildungsberufe wurden entsprechende Videos produziert und hochgeladen.

Die Hanse Mercur hat einen sehr übersichtlichen Karrierebereich. Potentielle Kandidaten können telefonisch oder per E-Mail mit dem Unternehmen Kontakt aufnehmen, es wird auch auf Plattformen wie beispielsweise Kununu und XING verlinkt. Für die Veröffentlichung aktueller Stellenanzeigen nutzt das Unternehmen bevorzugt Stepstone und Indeed.

Fazit

Besonders die großen Versicherungskonzerne investieren viel Geld um ihre Markenbekanntheit zu steigern und die Reputation der eigenen Marke zu stärken. Der Service-Check zeigt, dass dies etwa bei Jobportalen geschieht, um eine entsprechend hohe Reichweite für die Verbreitung ihrer Stellenanzeigen erzielen. Hat die Stellenanzeige Interesse geweckt, und befindet sich der Kandidat dann auf der Webseite des Unternehmens oder möchte vorab Kontakt aufnehmen, sind viele Unternehmen schlichtweg überfordert.

Ähnlich wie im klassischen Kundenservice sollte hier die Philosophie gelten, dass der Kandidat entscheidet, wann er kommuniziert und wie er kommuniziert (freie Kanalwahl). Die Unternehmen sollten auf allen Kanälen in einer für den Kanal angemessenen Reaktionsgeschwindigkeit (genauer: auf dem Postweg zwei bis drei Tage, per E-Mail innerhalb von 24 Stunden, am Telefon mit Wartezeiten kleiner 60 Sekunden) reagieren, und es sollte immer in einer konstant gleichen Qualität geantwortet werden.



Nadine Brzenk ist Junior Key Account Managerin bei Gevekom. Benjamin Barnack ist Prokurist der Gevekom.