

Schriftenreihe Forum V: Nummer 57

- Bachelorarbeit aus dem Jahr 2024 -

Die erfolgreiche Nutzung von Diversität zur Steigerung der Arbeitgeberattraktivität in der Versicherungsbranche

(ausgezeichnet mit dem Forum V-Preis 2024)

Autor: Julika Natali Riß

Betreuer: Prof. Dr. Felix Weispfenning

Herausgeber / Copyright:

Forum V –

Nordbayerisches Institut für Versicherungswissenschaft und -wirtschaft
an der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg e.V.

Lange Gasse 20
90403 Nürnberg

Inhaltsverzeichnis

I.	Abkürzungsverzeichnis	3
II.	Abbildungsverzeichnis	3
III.	Tabellenverzeichnis.....	4
1	Einleitung	1
1.1	Zielsetzung der Arbeit.....	3
1.2	Aufbau und Methode der Arbeit.....	3
2	Theoretische Grundlagen des Employer Branding.....	4
2.1	Begrifflichkeiten	4
2.1.1	Employer Branding.....	4
2.1.2	Internes und externes Employer Branding	5
2.1.3	Abgrenzung zum Personalmarketing	7
2.2	Theorien des Employer Brandings	8
2.2.1	Bedeutung und Ziele des Employer Branding.....	8
2.2.2	Vorgehensweise des externen Employer Branding	9
3	Theoretische Grundlagen der Diversität	11
3.1	Definition von Diversität	12
3.2	Diversitätsmanagement.....	12
3.3	Dimensionen der Vielfalt.....	13
3.3.1	Dimension „Soziale Herkunft“	15
3.3.2	Dimension „Alter“.....	15
3.3.3	Dimension „Ethnische Herkunft & Nationalität“	16
3.3.4	Dimension „Geschlecht und geschlechtliche Identität“.....	17
3.3.5	Dimension „Körperliche und geistige Fähigkeiten“	18
3.3.6	Dimension „Religion und Weltanschauung“	18
3.3.7	Dimension „Sexuelle Orientierung und Identität“.....	19
4	Die Nutzung von Diversität im Employer Branding.....	20
4.1	Diversität im externen Employer Branding.....	20
4.2	Abbildung von Diversität am Beispiel der Karriereseite	22
4.3	Anwendung in der Versicherungsbranche	24
4.4	Risiken bei der Abbildung von Diversität im Employer Branding	28
5	Quantitative Forschung des Zusammenhangs von Diversität und Employer Branding in der Versicherungsbranche	30
5.1	Untersuchungsdesign.....	30
5.1.1	Darstellung der Thesen	32

5.1.2	Auswahl und Darstellung der Untersuchung	33
5.1.3	Vorgehensweise der Untersuchung	35
5.2	Untersuchungsergebnisse	36
5.2.1	Deskriptive Ergebnisse.....	37
5.2.2	Analyse der Ergebnisse und Prüfung der Thesen.....	54
5.3	Handlungsempfehlungen für die Versicherungsbranche	57
6	Fazit.....	59
IV.	Literaturverzeichnis.....	LXI
V.	Anhang	LXVIII

I. Abkürzungsverzeichnis

AGV	Arbeitgeberverband der Versicherungsunternehmen in Deutschland e.V.
CdV	Charta der Vielfalt e.V.
EB	Employer Branding
Externes EB	Externes Employer Branding
GDV	Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft e.V.
Internes EB	Internes Employer Branding

II. Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Bild des LinkedIn Beitrag der HDI Versicherung AG	2
Abbildung 2: Employer Branding und Personalmarketing (eigene Darstellung)	8
Abbildung 3: Qualitätsdreieck der Arbeitgeberpositionierung nach DEBA	10
Abbildung 4: Four Layers of Diversity nach Gardenswartz und Rowe.....	14
Abbildung 5: Kerndimensionen der Vielfalt nach Gardenswartz und Rowe.....	15
Abbildung 6: Bevölkerung - Zahl der Einwohner in Deutschland nach relevanten Altersgruppen - 31.12.2022	16
Abbildung 7: Überblick über die Karriereseiten der Allianz, Ergo und Signal Iduna	26
Abbildung 8: Meinung der deutschen Bevölkerung zur geschlechtergerechten Sprache.....	29
Abbildung 9: Screenshot Stichprobenrechner	31
Abbildung 10: Screenshot LinkedIn Beitrag.....	36
Abbildung 11: Altersverteilung der Teilnehmenden	37
Abbildung 12: Geschlechterverteilung der Teilnehmenden	37
Abbildung 13: Antwortverteilung der Frage 4.....	39
Abbildung 14: Relative Häufigkeiten nach Geschlecht - Frage 4.....	40
Abbildung 15: Relative Häufigkeiten nach Alter - Frage 4	40
Abbildung 16: Antwortverteilung der Frage 5.....	41
Abbildung 17: Relative Häufigkeiten nach Geschlecht - Frage 5.....	41
Abbildung 18: Relative Häufigkeiten nach Alter - Frage 5	42

Abbildung 19: Antwortverteilung der Frage 6.....	42
Abbildung 20: Relative Häufigkeiten nach Geschlecht - Frage 6 Chancen	43
Abbildung 21: Relative Häufigkeiten nach Geschlecht - Frage 6 Risiken.....	43
Abbildung 22: Relative Häufigkeiten nach Alter - Frage 6 Chancen.....	44
Abbildung 23: Relative Häufigkeiten nach Alter - Frage 6 Risiken	44
Abbildung 24: Antwortverteilung der Frage 8.....	45
Abbildung 25: Relative Häufigkeiten nach Geschlecht - Frage 8.....	45
Abbildung 26: Relative Häufigkeiten nach Alter - Frage 8	46
Abbildung 27: Antwortverteilung der Frage 9.....	46
Abbildung 28: Screenshot Karriereseite Allianz.....	48
Abbildung 29: Screenshot Karriereseite Ergo.....	48
Abbildung 30: Screenshot Karriereseite Signal Iduna	48
Abbildung 31: Antwortverteilung der Frage 10.....	49
Abbildung 32: Relative Häufigkeiten nach Geschlecht - Frage 10.....	49
Abbildung 33: Antwortverteilung der Frage 11.....	51
Abbildung 34: Antwortverteilung der Frage 12.....	51
Abbildung 35: Relative Häufigkeiten nach Alter - Frage 12	52
Abbildung 36: Antwortverteilung der Frage 13.....	52
Abbildung 37: Relative Häufigkeiten nach Geschlecht - Frage 13.....	53
Abbildung 38: Relative Häufigkeiten nach Alter - Frage 13	53
Abbildung 39: Mittelwerte nach Alter - Frage 8.....	55
Abbildung 40: Mittelwerte nach Alter - Frage 5.....	55

III. Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Unterscheidung internes und externes Employer Branding (eigene Darstellung).....	7
Tabelle 2: Vergleich der Karriereseiten - Abbildung von Diversität.....	27
Tabelle 3: Geschlechterverteilung der Teilnehmenden	38
Tabelle 4: Altersverteilung der Teilnehmenden	38
Tabelle 5: Zuteilung Werte an Likert-Skala.....	38
Tabelle 6: Mittelwert nach Geschlecht - Frage 4	39
Tabelle 7: Mittelwert nach Alter - Frage 4	39
Tabelle 8: Mittelwert nach Geschlecht - Frage 5	41
Tabelle 9: Mittelwert nach Alter - Frage 5	41
Tabelle 10: Mittelwert nach Alter - Frage 8.....	45
Tabelle 11: Mittelwert nach Geschlecht - Frage 8	45
Tabelle 12: Widersprüche der Antworten zu Frage 11	50

Gendervermerk:

Aus Gründen der besseren Verständlichkeit und aus Überzeugung, möglichst alle Menschen ansprechen zu wollen, wird in der vorliegenden Arbeit die gendergerechte Sprache verwendet. Grundsätzlich werden geschlechtsneutrale Formulierungen verwendet, falls nötig wird auf die Schreibweise mit Hilfe des Doppelpunkts zurückgegriffen. Bei dem Einsatz von direkten Zitaten wird keine Veränderung vorgenommen.

