

Deutsche Familienversicherung untermauert mit innovativer Recruiting-Kampagne ihren dynamischen Wachstumskurs

- Bundesweite Multi-Channel-Personalkampagne zur Gewinnung von über 50 neuen Mitarbeitern
- Nur 116 MitarbeiterInnen realisierten in 2019 ein Wachstum von 100.000 Neukunden und die Abwicklung von 140.000 Schadenfällen
- Revolutionäres Incentive-Modell für geeignete Bewerber

Frankfurt am Main, 7. Februar 2020 – Die DFV Deutsche Familienversicherung AG („DFV“, „Deutsche Familienversicherung“), ein stark wachsendes und in Europa führendes InsurTech-Unternehmen, startete in dieser Woche eine bundesweite Recruiting-Offensive zur Gewinnung von 55 neuen Mitarbeitern, insbesondere in den Bereichen IT-Development, Finanzen und Kundenservice. Die Deutsche Familienversicherung hat im Jahr 2019 das enorme Wachstum von 100.000 netto Neukunden sowie die Abwicklung von 140.000 Schadenfälle mit 116 Mitarbeitern realisiert, geplant waren 135 Mitarbeiter. Dies und die Tatsache, dass das Unternehmen die gesamten Fähigkeiten einer Versicherung inhouse abbildet, unterstreicht die digitale Kompetenz des Unternehmens deutlich. Denn mit Ausnahme der Kapitalanlage wickelt das Frankfurter Insurtech u.a. alle Prozesse der Schadenregulierung, der Produktentwicklung, des Aktuariats, der Rechtsabteilung sowie des Vertriebs und des Marketings und auch die Solvency-II-Herausforderungen intern ab. Da die DFV in 2020 voraussichtlich wieder um 100.000 netto Neukunden wachsen wird und das Prämienvolumen damit erneut deutlich steigt, hat die DFV nun eine Personal-Recrutierung-Kampagne gestartet.

„Die Leistungen unser 116 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Jahr 2019 war enorm. Darauf bin ich sehr stolz. Der sich abzeichnende Wachstumskurs in 2020 und die Verdoppelung des Versicherungsbestandsvolumens im Jahr 2021 verlangen nun auch ein deutliches Wachstum auf der Personalseite. Dank der Skalierbarkeit unseres Geschäftsmodells aufgrund des hohen Digitalisierungsgrades wird die Personaldecke nur unterproportional ansteigen. Nichtsdestotrotz müssen wir uns rechtzeitig adäquat aufstellen und die notwendigen Ressourcen zur Verfügung stellen. Genau wie bei unseren Produkten geht es uns bei der Personalkampagne um Klarheit und einfache Verständlichkeit. Potenzielle Mitarbeiter sollen von Anfang an verstehen, worauf es bei der DFV ankommt und welche Ziele wir uns stecken. Qualifizierte Mitarbeiter, insbesondere für den Bereich IT, sind derzeit knapp und das Thema Arbeit wird heutzutage völlig neu definiert. Deshalb halten wir es für erforderlich, auch im Personalbereich innovative Wege zu gehen“, erklärt Dr. Stefan Knoll, Vorstandsvorsitzender und Gründer der Deutschen Familienversicherung.

Moderne Multi-Channel-Kampagne mit attraktivem Incentive-Modell

Ihre starke Vertriebskompetenz stellt die DFV nun auch beim Thema Personalgewinnung unter Beweis. In einer bundesweiten Recruiting-Kampagne bewirbt sie ihre vakanten Positionen aktiv über alle relevanten Kanäle – von klassischer Out of Home Werbung über Social Media-Kanäle wie YouTube, LinkedIn, Xing, Indeed und auch StepStone. Mit einem speziell für Bewerber entwickelten Incentive-Modell, bei dem geeignete Kandidaten bei Erreichung gewisser Einstellungsstufen bis zu 6.500 EUR verdienen können, geht die Deutsche Familienversicherung wie gewohnt offensiv in den Markt. Gleichzeitig stellt das Unternehmensmanagement in der Kampagne seine modernen Führungsgrundsätze und die einzigartige Philosophie der Deutschen Familienversicherung vor. Ziel der Kampagne ist es, bis zum Ende des laufenden Geschäftsjahres die Belegschaft auf ca. 175 Mitarbeiter zu erhöhen (Stand 31.12.2019: 116 Mitarbeiter). Die offizielle Kampagnen-Seite steht unter folgendem Link zur Verfügung: <https://www.deutsche-familienversicherung.de/ueber-uns/karriere/>

Über die DFV Deutsche Familienversicherung AG

Die DFV Deutsche Familienversicherung AG (ISIN DE000A0KPM74) ist ein wachstumsstarkes InsurTech-Unternehmen. Die DFV deckt als digitales Versicherungsunternehmen mit eigenen Produkten die komplette Wertschöpfungskette ab. Ziel des Unternehmens ist es, Versicherungsprodukte anzubieten, die Menschen wirklich brauchen und sofort verstehen ("Einfach. Vernünftig"). Die DFV bietet ihren Kunden vielfach ausgezeichneten Krankenzusatzversicherungen (Zahn-, Kranken-, Pflegezusatz-versicherung) sowie Unfall- und Sachversicherungen an. Auf Basis des hochmodernen und skalierbaren, in-house entwickelten IT-Systems setzt das Unternehmen mit durchweg digitalen Produktdesigns sowie der Abschlussmöglichkeit über digitale Sprachassistenten neue Maßstäbe in der Versicherungsbranche.

www.deutsche-familienversicherung.de

Presse & Investor Relations Kontakt

Lutz Kiesewetter

Leiter Unternehmenskommunikation & Investor Relations

Tel.: +49 69 74 30 46 396

E-Mail: Lutz.Kiesewetter@deutsche-familienversicherung.de