

**Ausgangssituation zu allen Aufgaben:**

Der Vorstand der PROXIMUS Versicherungs-AG hat festgestellt, dass sich in den letzten Jahren insbesondere in der Versicherungswirtschaft einiges verändert hat. Die Wettbewerbsintensität nimmt laufend zu, die Schadenfälle, insbesondere durch Naturkatastrophen, mehren sich, die Finanzkrise lässt die Liquiditätspolster schrumpfen und die Transparenz für den Kunden steigt durch die zunehmende Wissensmobilität rapide an.

Durch den aus diesen Gründen wachsenden Kostendruck wird es für Versicherungen immer wichtiger, die Bedürfnisse, Wünsche und Probleme der Kunden zu kennen. Dies gilt insbesondere für den Vertrieb. Der Vorstand der PROXIMUS Versicherungs-AG möchte daher den Vertrieb aktivieren, da er davon überzeugt ist, dass dieser mit den richtigen Methoden sehr viele Informationen über die Kunden gewinnen kann.

Der Vorstand der PROXIMUS Versicherungs-AG möchte weiter, dass im Rahmen eines phasenweisen Vorgehens sukzessiv Schritte unternommen werden, um einen versicherungstechnischen Ertrag zu sichern.

**Aufgabe**  
**1**

In einem Workshop soll diskutiert werden, wie die unterschiedlichen Vertriebskanäle aktiviert werden können und welche Vertriebskanäle grundsätzlich zur Verfügung stehen.

- a) Nennen Sie die Absatzkanäle, die die PROXIMUS Versicherungs-AG noch nicht nutzt. **(3 Punkte)**
- b) Nennen Sie die drei Grundtypen von Versicherungsvermittlern und erläutern Sie deren grundsätzliche Unterschiede. **(12 Punkte)**
- c) Erklären Sie fünf Messgrößen für die Kosten-Nutzen-Analyse eines Vertriebskanals. **(10 Punkte)**

**Lösungshinweise Aufgabe 1**

(RP: 5.1.2.3)

**25 Punkte**

- a) – Direktvertrieb  
– Vertriebsgesellschaften  
– Annexvertrieb **(3 Punkte)**
- b) – angestellte Versicherungsvermittler, § 59 HGB
  - Handlungsgehilfe
  - gegen Entgelt angestellt
  - weisungsgebunden
  - keine freie Gestaltung der Tätigkeit
  - Gehalt/Provision
- selbstständige Versicherungsvermittler, §§ 84, 92 HGB
  - Handelsvertreter
  - im Wesentlichen freie Tätigkeitsgestaltung
  - freie Bestimmung der Arbeitszeit
  - selbstständiger Gewerbetreibender
  - Provision

- Makler, § 92 ff. HGB
  - spezielle Art des Handelsmaklers
  - vermittelt ohne ständige Betreuung des Versicherers
  - treuhänderischer Sachwalter des Kunden
  - Courtage

**(12 Punkte)**

c) Z. B.:

- Vergütung, z. B. Courtage, Abschlussprovision, Boni
- Schaden-/Leistungsquote
- Storno: Antrags-/Folgestorno
- Inkassokosten
- Beitragshöhe
- Vertragsanzahl
- Cross-Selling-Rate

**(10 Punkte)**

|                      |
|----------------------|
| <b>Aufgabe<br/>3</b> |
|----------------------|

Sie sind im Ressort Vertrieb der PROXIMUS Versicherungs-AG tätig und stellen im Rahmen einer Einführungsveranstaltung den neuen selbstständigen Vermittlern der PROXIMUS Versicherungs-AG die rechtlichen Grundlagen zur Führung ihrer Versicherungsagentur vor.

- a) Stellen Sie die sieben grundlegenden Merkmale/Inhalte der Erstinformationspflicht dar und erklären Sie die Rechtsfolgen bei einer Verletzung dieser Pflicht. **(9 Punkte)**
- b) Erläutern Sie zwei Voraussetzungen, unter denen der Handelsvertreter zugleich Kaufmann im Sinne des Handelsgesetzbuches ist. **(4 Punkte)**
- c) Nennen Sie drei Personengruppen, die verpflichtet sind, sich in das Vermittlerregister eintragen zu lassen. **(3 Punkte)**
- d) Entwickeln Sie im Rahmen der Haupt- und Nebenpflichten der Ausschließlichkeitsvertreter der PROXIMUS Versicherungs-AG drei konkrete Maßnahmen, die zukünftig sicherstellen, dass aktuelle Informationen über die Kunden gewonnen werden. **(9 Punkte)**

|                                  |
|----------------------------------|
| <b>Lösungshinweise Aufgabe 3</b> |
|----------------------------------|

(RP: 5.3.1.1, 5.3.1.2, 5.3.1.5)

**25 Punkte**

- a) - kompletter Name, Firma, Personenhandelsgesellschaft, wenn geschäftsführender Gesellschafter
- betriebliche Anschrift
- Erlaubnisform, § 34 d, e GewO
- Adressdaten zur gemeinsamen Stelle, § 11 a I GewO und Registrierungsnummer
- direkte und indirekte Beteiligungen über 10 %
- Versicherungsunternehmen oder Mutterunternehmen mit Beteiligung über 10 %
- Anschrift Schlichtungsstelle

Widerrufsfrist beginnt nicht zu laufen; § 8 II VVG und Rückzahlungsanspruch

Prämie, § 9 S. 2 VVG

- (9 Punkte)**
- b) – Betreiben eines Handelsgewerbes und  
– Handelsgewerbe erfordert nach Art und Umfang einen in kaufmännischer Weise eingerichteten Geschäftsbetrieb.
- (4 Punkte)**
- c) Z. B.:  
– Versicherungsmakler  
– Einfirmenversicherungsvertreter  
– Mehrfirmenversicherungsvertreter  
– Versicherungsberater
- (3 Punkte)**
- d) Aus der Verpflichtung, sich um die Vermittlung bzw. um den Abschluss von Geschäften zu bemühen (Bemühungspflicht), können aktuelle Kundeninformationen gewonnen werden, z. B.:
- Durch regelmäßige Kundenbesuche wird die Aktualität der Kundeninformationen gewährleistet.
- Benachrichtigungspflicht gegenüber dem Unternehmen, z. B.:
- Durch Dokumentation der Inhalte des Kundenbesuches werden aktuelle Kundeninformationen gesammelt bzw. vorhandene ergänzt.
- Sorgfaltspflicht eines ordentlichen Kaufmannes, z. B.:
- Durch ein professionelles Datenmanagement und Kundenmanagementsystem werden aktuelle Kundeninformationen für Vermittler und Unternehmer zugänglich.
- Interessenwahrnehmungspflicht gegenüber dem Unternehmer, z. B.:
- Durch seriöse Beratung der Kunden, Dokumentation der aktuellen Ziele und Wünsche der Kunden werden die Kundeninformationen aktuell gehalten.
- (9 Punkte)**

## Aufgabe 4

Der Vertrieb der PROXIMUS Versicherungs-AG wird bei der Beschaffung von kundenrelevanten Informationen (Ziele, Wünsche, Einstellungen, Probleme, Trends) eine zentrale Rolle einnehmen. Zur Belegung der Aktivitäten sollen für das kommende Geschäftsjahr konkrete Maßnahmen vorbereitet werden.

- a) Nennen Sie fünf Mindestinhalte von Zielvereinbarungen und erläutern Sie diese. **(10 Punkte)**
- b) Für die anstehenden Zielvereinbarungsgespräche der Vertriebsführungskräfte mit den Vertriebspartnern ist ein Gesprächsleitfaden sehr hilfreich.
- Beschreiben Sie anhand von fünf Punkten die Planung und Durchführung von Zielvereinbarungsgesprächen. **(10 Punkte)**
- c) Beschreiben Sie zwei motivationsfördernde Anreizsysteme zur Verstärkung der geplanten Aktion „Kundeninformationen sind unser Kapital“. **(4 Punkte)**

**Lösungshinweise Aufgabe 4**

(RP: 5.2)

**24 Punkte**

a) Z. B.:

- Bezeichnung Parteien
- Bezeichnung Zielvereinbarung
- Gegenstand Zielvereinbarung
- Messgrößen als Bewertungsmaßstab für Zielerreichung
- Befristung Zielvereinbarung
- gegebenenfalls bestehende Restriktionen
- gegebenenfalls vereinbarte Unterstützungsleistungen
- gegebenenfalls an Zielvereinbarung geknüpfte Anreize
- Datum, Unterschrift

**(10 Punkte)**

b) Z. B.:

- Beschaffung der Istzustände (Zahlen, Daten, Fakten, Stärken, Schwächen usw.)
- Ableitung der Teilziele aus den Gesamtzielen (Pakete bilden)
- interessantes Einstiegsthema auswählen (gesprächsfördernde Atmosphäre)
- Einschätzung der realistischen Umsetzung der Ziele
- Informationsstand der Gesprächsteilnehmer aktualisieren
- Vorteile für die Vermittler herausarbeiten
- Werkzeuge zur Zielerreichung vorbereiten bzw. vorstellen (Werbung, Verkaufsförderung)
- Personaleinsatz planen (Führungskräfte, Vermittler, Agenturmitarbeiter usw.)
- Zielvorstellung der Vertriebspartner berücksichtigen (Verhandlungsspielraum vorbereiten)
- Messgrößen zur Kontrolle der Zielvereinbarung vorbereiten
- Zeitfenster festlegen
- Fixierung der Zielvereinbarung vorbereiten (Protokoll, „Vertrag“, Notiz usw.)

**(10 Punkte)**

c) Z. B.:

- Wettbewerb (Datensammlung – Anzahl ausgefüllter Kundeninformationsbogen usw.)
- Bonifikation (Cross-Selling-Rate steigt, Stornorate rückläufig, Empfehlungsadressen)
- Staffelpromission (Bedarfsgerechter Verkauf nach Analyse führt zu höheren Abschlüssen.)
- Incentives (Kundenbefragung mit Benotung der Serviceleistung ihres Vermittlers)
- Auszeichnungen, Ehrungen (Mitarbeit bei Produktentwicklung, -überarbeitung)

**(4 Punkte)**