

Bundeseinheitliche Weiterbildungsprüfung

der Industrie- und Handelskammern

Lösungshinweise

Geprüfte/-r Fachwirt/-in für Versicherungen und Finanzen

- **Handlungsbereich** Marketing und Vertrieb von Versicherungs- und Finanzprodukten für Privatkunden
- **Prüfungstag** 7. Oktober 2011

Bundeseinheitliche Weiterbildungsprüfung

Hinweise für den Korrektor:

- Die folgenden Lösungen sind lediglich **Lösungshinweise** und **keine Musterlösungen**.
- Sie sollen nur den Rahmen der zu erwartenden Prüfungsleistung abstecken.
- Der Korrektor ist durch die hier aufgeführten Lösungshinweise in seinem Bewertungsspielraum nicht eingengt.
- Bei Aufgaben, die eine Aufzählung von n-Fakten zur Lösung erfordern, werden nur die ersten n-Fakten gewertet. Alle darüber hinausgehenden Aufzählungen werden gestrichen.
- Bei Berechnungen sollen Folgefehler berücksichtigt werden und somit nicht zum Punktabzug führen.
- Der leichten Lesbarkeit wegen geben wir in den Aufgaben/Texten der männlichen Form den Vorzug. Mit diesem einfacheren sprachlichen Ausdruck sind selbstverständlich immer Männer und Frauen gemeint.

Die Aufgaben mit Lösungsvorschlägen können von den Industrie- und Handelskammern oder Dritten nach einer Frist von sechs Monaten direkt bestellt werden bei:

W. Bertelsmann Verlag GmbH & Co. KG, Service-Center DIHK,
Postfach 10 06 33, 33506 Bielefeld
Tel.: 0521/91101-16, Fax: 0521/91101-19, E-Mail: service@wbv.de

Ausgangssituation zu allen Aufgaben:

→ „Ein Mangel an erkennbarer Kundenorientierung hat zur Folge, dass viele Kunden der PROXIMUS Versicherung AG ihre Versicherungsverträge kündigen und beim Mitbewerber neu abschließen“. Zu diesem Ergebnis kam eine interne Auswertung anlässlich der Stornonachbearbeitung. Die Geschäftsleitung hat Sie beauftragt, Marketing- und Verkaufskonzepte zu entwickeln, um Kunden „bei der Stange zu halten“, abgewanderte Kunden zurückzugewinnen und dabei auch noch Neugeschäft zu generieren.

Aufgabe 1

Im Zuge der Gespräche über neue Marketing- und Verkaufskonzepte wird erörtert, vermehrt Neukunden durch Zusage einer „vorläufigen Deckung“ bei Antragstellung zu gewinnen.

- a) Erläutern Sie den Begriff der vorläufigen Deckung und stellen Sie dar, welcher Vorteil sich im Falle einer vorläufigen Deckung für die Kunden der PROXIMUS Versicherung AG ergibt. (4 Punkte)
- b) Erläutern Sie,
1. ob die Vereinbarung einer vorläufigen Deckung formbedürftig ist und woraus sich der genaue Vertragsinhalt (d. h. die gegenseitigen Rechte und Pflichten der Vertragsparteien) ergibt. (4 Punkte)
 2. ob bei der Vereinbarung einer vorläufigen Deckung ein schriftliches Beratungsprotokoll erstellt werden muss. (2 Punkte)
 3. ob bzw. unter welchen Voraussetzungen der PROXIMUS Versicherung AG für die Zeitdauer der vorläufigen Deckung ein Anspruch auf Prämienzahlung zusteht. (4 Punkte)
 4. ob dem Kunden hinsichtlich der vorläufigen Deckung ein Widerrufsrecht zusteht. (2 Punkte)
- c) Nennen Sie vier Möglichkeiten, die zu einer Beendigung der vorläufigen Deckung führen. (4 Punkte)

Lösungshinweise Aufgabe 1

(RP: 2.4)

- a) Bei der vorläufigen Deckung (§§ 49 ff. VVG) handelt es sich um einen selbstständigen Versicherungsvertrag, dessen Dauer von vornherein einverständlich begrenzt wird.

Die Kunden erhalten einen sofortigen Risikoschutz, ohne den Abschluss der Risikoprüfung der PROXIMUS Versicherung AG abwarten zu müssen und ohne sofort eine Versicherungsprämie zahlen zu müssen (sofern nicht etwas Abweichendes gemäß § 51 Abs. 1 VVG vereinbart wird).

(20 Punkte)

(4 Punkte)

- b) 1. Der Vertrag über die vorläufige Deckung kann grundsätzlich formfrei, also auch (fern-)mündlich abgeschlossen werden. Es können sich dann allerdings möglicherweise Beweisschwierigkeiten für den Versicherungsnehmer ergeben.

Der Inhalt der vorläufigen Deckung richtet sich primär nach den jeweiligen Vereinbarungen der Parteien. Die Einbeziehung der allgemeinen Versicherungsbedingungen und damit die nähere Ausfüllung des Versicherungsvertrages regelt darüber hinaus – und zwar abweichend von §§ 305 ff. BGB – aber auch die gesetzliche Vorschrift des § 49 Abs. 2 VVG, sodass es diesbezüglich keiner gesonderten Vereinbarung über die Einbeziehung und Übermittlung der Bedingungen bedarf.

(4 Punkte)

2. Grundsätzlich gelten die Vorschriften über die Beratungspflichten des Versicherers und des Versicherungsvermittlers gemäß §§ 6, 61, 62 VVG auch für die vorläufige Deckung, allerdings mit der Einschränkung, dass die Angaben zunächst mündlich übermittelt werden dürfen (§§ 6 Abs. 2 Satz 2 VVG, 62 Abs. 2 Satz 1 VVG). Die Angaben sind dann jedoch unverzüglich nach Abschluss in Textform zu übermitteln, sofern es sich nicht um eine vorläufige Deckung bei einer Pflichtversicherung handelt (§§ 6 Abs. 2 Satz 3 VVG, 62 Abs. 2 Satz 2 VVG).

Hinweis für den Korrektor: Selbstverständlich kann der Versicherungsnehmer theoretisch auch gemäß § 6 Abs. 3 VVG auf die Beratung und Dokumentation verzichten.

(2 Punkte)

3. Hier ist zu differenzieren:

- Kommt der spätere Hauptvertrag zustande, ergibt sich ein Prämienanspruch für die Dauer der vorläufigen Deckung aus § 1 Satz 2 VVG.
- Kommt der spätere Hauptvertrag nicht zustande, trifft § 50 VVG eine Sonderregelung. Danach kann der Versicherer nur eine anteilige Prämie für die Dauer der vorläufigen Deckung beanspruchen, wenn die Vertragsparteien eine entsprechende vertragliche Vereinbarung geschlossen haben.

(4 Punkte)

4. Sofern es sich nicht um einen Fernabsatzvertrag i. S. d. § 312 b Abs. 1 und 2 BGB handelt, besteht für den Versicherungsnehmer kein Widerrufsrecht, siehe § 8 Abs. 3 Nr. 2 VVG.

Hinweis für den Korrektor: Hiervon unberührt ist das Widerrufsrecht des Versicherungsnehmers hinsichtlich des nachfolgenden Hauptvertrages.

(2 Punkte)

c) Z. B.:

- Beginn des Versicherungsschutzes des nachfolgenden Hauptvertrages, § 52 Abs. 1 Satz 1 VVG
- Nichtzustandekommen des Hauptantrages durch Ablehnung des Versicherungsantrages durch die PROXIMUS Versicherung AG oder Scheitern der Vertragsverhandlungen bezüglich des Hauptvertrages
- Zugang des Widerrufs/Widerspruches des Kunden, § 52 Abs. 3 VVG
- Verzug hinsichtlich der Zahlung der Einlösungsprämie, § 52 Abs. 1 Satz 2 VVG
- Abschluss des Hauptvertrages (oder einer anderen vorläufigen Deckung) mit einem anderen Versicherer
- Fristablauf (sofern eine Befristung der vorläufigen Deckung vereinbart worden ist)

Hinweis für den Korrektor: Eine Nennung der Paragraphen ist nicht erforderlich.

(4 Punkte)

Aufgabe 2

Im Rahmen des Neukundengeschäftes werben Sie auch in der Zielgruppe der Fahrschüler. Während eines Informationsabends erfahren Sie, dass sich Frau Stefanie Knauer gerade ihr erstes Auto gekauft hat. Dank eines großzügigen Schecks ihrer Eltern konnte sie sich sogar ein Neufahrzeug leisten. Das neue Auto wird in wenigen Tagen geliefert.

Frau Knauer hat jetzt viel Klärungsbedarf zum Versicherungsschutz für ihr neues Auto und für sich selbst als Halterin und Fahrerin des Wagens.

- a) Erläutern Sie den Mehrwert einer Fahrzeugvollversicherung gegenüber einer Fahrzeugteilversicherung und geben Sie Frau Knauer eine Abschlussempfehlung. (3 Punkte)
- b) Erläutern Sie Frau Knauer zwei Gründe für den Abschluss einer Insassenunfallversicherung. (4 Punkte)
- c) Sollte Frau Knauer eine Verkehrsrechtsschutzversicherung abschließen? Begründen Sie Ihre Antwort mit drei Argumenten. (6 Punkte)
- d) „Ich habe gehört, dass in der Teilkaskoversicherung Schäden aus dem Zusammenstoß mit einem Reh versichert sind. Was ist, wenn der Fahrer den Zusammenstoß mit dem auf der Straße laufenden Tier gerade noch vermeiden kann, aber das Auto dabei gegen die Leitplanke oder gegen einen Baum setzt? Zählt das als Wildunfall?“
Beantworten Sie Frau Knauers Frage und begründen Sie Ihre Antwort. (3 Punkte)
- e) „Was passiert mit meinem Versicherungsschutz, wenn ein Dieb mein Fahrzeug entwendet und damit einen Unfall verursacht, bei dem er und andere Personen verletzt werden?“
Beantworten Sie Frau Knauers Frage und begründen Sie Ihre Antwort. (4 Punkte)

Lösungshinweise Aufgabe 2

(RP: 2.4.3)

(20 Punkte)

- a) Die Fahrzeugvollversicherung bietet zusätzlich Versicherungsschutz für Schäden am eigenen Fahrzeug durch Unfall oder durch mut- oder böswillige Handlungen betriebsfremder Personen.

Da Frau Knauer ein Neufahrzeug gekauft hat, sollte sie eine Fahrzeugvollversicherung abschließen.

(3 Punkte)

- b) Z. B.:

- Die Kfz-Haftpflichtversicherung zahlt für Verletzungen, die Insassen im Falle eines Unfalles erleiden, nicht aber für Verletzungen des Fahrers selbst.
- Die Kfz-Haftpflichtversicherung des Unfallgegners zahlt nur, wenn er eine hat (auch in Deutschland fahren Autos ohne Versicherungsschutz – besonderes Risiko aber auch Unfälle im Ausland) oder wenn ein Schädiger für den Schaden zur Verantwortung gezogen werden kann.
- Die Insassen-Unfallversicherung zahlt immer zusätzlich zu anderen Leistungen und Entschädigungen.
- besonders interessant für Personen, die häufig andere mit dem Auto mitnehmen

(4 Punkte)

- c) Z. B.:

- Jeder kann als Verkehrsteilnehmer in Situationen geraten, die er nur mithilfe eines Anwaltes regeln kann.
- Besonders wichtig ist eine Verkehrsrechtsschutzversicherung bei Unfällen, die sich während des Urlaubes im Ausland ereignen. Oftmals lassen sich Forderungen auch gegenüber der gegnerischen Versicherung ohne einen dort ansässigen Anwalt nur schwer durchsetzen. (Rechtsschutzversicherer vermittelt auch Anwälte.)
- Versicherungsschutz besteht für alle berechtigten Fahrer und Insassen des versicherten Fahrzeuges des Versicherungsnehmers.
- Die Prozesskosten zeigen eine steigende Tendenz.

(6 Punkte)

- d) Ein Autofahrer hat unter Umständen dann Anspruch auf Entschädigung, wenn er einem Tier ausgewichen ist und somit die Kollision verhindert hat.

Sofern der Versicherungsnehmer beweisen kann, dass ein Tier auf der Straße läuft, dann kann der Schaden über Aufwendungsersatz (Rettungskosten) erstattet werden.

(3 Punkte)

- e) Der unberechtigte Fahrer hat keinen Versicherungsschutz, ein eventuelles Unfallopfer dagegen erhält Leistungen. Die Versicherung wird die Kosten in einem Regressverfahren vom Dieb zurückverlangen.

(4 Punkte)

Aufgabe 3

Ein wesentlicher Teil der Neukonzeption zur Erhöhung der Kundenbindung und zur Steigerung der Cross-Selling-Rate besteht aus der Entwicklung einer neuen Produktlinie „Kompaktschutz“. Sie sind Mitglied des Projektteams und bereiten das anstehende Kick-off-Meeting vor.

- a) Nennen Sie fünf Gründe, warum Versicherungsunternehmen verstärkt den Wandel von spartenorientierten zu ganzheitlichen, kundenorientierten Lösungsansätzen (Rundum-Produkte) vollziehen. (5 Punkte)
- b) Erläutern Sie drei aktuelle Anforderungen des Marktes und/oder der Kunden im Hinblick auf die neu zu entwickelnde Produktlinie. (6 Punkte)
- c) Nennen Sie fünf Vorteile eines spartenübergreifenden Kompaktschutz-Programms und begründen Sie an einem Vorteil die zielgerichtete Unterstützung der Neuausrichtung des PROXIMUS-Marketingkonzeptes. (9 Punkte)

Lösungshinweise Aufgabe 3

(RP: 2.3.1)

(20 Punkte)

- a) Z. B.:
- verstärkte Marktbeobachtung (In- und Ausland)
 - verstärkter Wettbewerb (mehr Marktteilnehmer)
 - Preiskampf bei vergleichbaren Produkten (Rabatte)
 - Abgrenzung durch Differenzierungsmerkmale (Einschlüsse)
 - Kunden- und Vertriebsorientierung (Beteiligung des Vertriebes)
 - produktfremde Mehrleistungen (Assistance)
 - kundenorientierter Paketverkauf (Rundum-sorglos)
- b) Z. B.:
- gutes Preis-Leistungs-Verhältnis
 - neue Serviceleistungen
 - Transparenz/Klarheit
 - kostenlose Mehrwerte
 - optimaler Schadenservice
 - integrierte Hilfeleistungen
 - attraktive „Verpackung“ bzw. Namensgebung
 - flexible Gestaltung inkl. SB-Modelle
- Hinweis für den Korrektor:** Drei Anforderungen sind zu erläutern. (6 Punkte)

c) Z. B.:

- Haftungssicherheit durch ganzheitlichen Beratungsansatz
- übersichtliche Beratungs- und Verkaufsunterlagen
- Belegung des Bestandskundenpotenzials
- Erhöhung der Anbündelungsquote
- Abgrenzung von den Marktteilnehmern/der konventionellen Produktwelt
- weniger Vergleichsmöglichkeiten durch fallende Preistransparenz
- Wettbewerbsvorteil (wenn auch nur temporär)
- Schnittstellen für den Produktausbau (Komposit > Personenversicherungen usw.)
- Anpassung an Zielgruppen bzw. Regionalmärkte
- Kosteneinsparungen durch schlanke Prozesse (Betrieb, Schaden)

Hinweis für den Korrektor: Ein Vorteil muss begründet werden.

(9 Punkte)

Aufgabe 4

Zur Analyse der Kundenbindungsrate wird auch darüber nachgedacht, ob und in welchem Umfang äußere Einflüsse für die Stornoentwicklung eine Rolle gespielt haben. Sie werden als Mitglied einer Gruppe beauftragt, für die bevorstehende Vorstandssitzung folgende Themen vorzubereiten:

a) Nennen Sie je

- drei gesellschaftliche Rahmenbedingungen und
 - drei wirtschaftliche Rahmenbedingungen,
- die die Nachfrage nach Versicherungsschutz beeinflussen.

(6 Punkte)

b) Ein Gruppenmitglied spricht im Vorfeld der Sitzung über die Unternehmenszielsetzung „Steigerung des Marktanteiles“.

Erläutern Sie die Begriffe

- Marktanteil,
- Marktvolumen und
- Marktpotenzial.

(6 Punkte)

c) Ein Kollege stellt die These auf: „Durch die wachsende Zahl der Onlinekäufer wird unsere Stornoquote in allen Sparten weiter steigen.“

Nehmen Sie anhand von zwei Argumenten zu dieser These Stellung.

(8 Punkte)

Lösungshinweise Aufgabe 4

(RP: 2.2)

(20 Punkte)

a) ■ Gesellschaftliche Rahmenbedingungen, z. B.:

- veränderte Altersstruktur
- veränderte Lebensformen
- Bedeutung des Faktors „Sicherheit“
- Zahl der Selbstständigen oder Rentner
- Mobilität
- Familienstruktur
- Informationsstand/Bildung der Bevölkerung
- Wertesystem

■ Wirtschaftliche Rahmenbedingungen, z. B.:

- Einkommensverteilung
- Vermögensverteilung
- Arbeitslosenquote
- Wachstumsrate

(6 Punkte)

b) ■ Marktanteil:

Anteil eines Anbieters am Marktvolumen

■ Marktvolumen:

tatsächlicher Absatz/Umsatz einer Branche/in einem Segment in einer Periode (Teil des Marktpotenzials)

■ Marktpotenzial:

maximal möglicher Absatz/Umsatz einer Branche/in einem Segment

(6 Punkte)

c) Z. B.:

- Komplexe erklärungsbedürftige Produkte benötigen persönliche Beratung.
- Die Stornoquote steigt nicht, da bei der PROXIMUS Versicherung AG auch Online-käufern persönlicher Kontakt angeboten wird.
- Ein Onlinevertrieb ist nur anwendbar auf einfache, standardisierte Produkte, z. B. Kraftfahrt, Private Haftpflichtversicherung.
- Bei Personenversicherungen, z. B. Krankenversicherungen, wird die Stornoquote nicht steigen, weil Onlinekauf wegen fehlender Bedarfsanalyse schwierig ist.
- Bei erklärungsbedürftigen Produkten wie Versicherungen sind „aktive“ Informationsangebote seitens der Unternehmen zumindest als Ergänzung der abrufbaren Internet-Informationen zielführend.

(8 Punkte)

Aufgabe 5

Um die Bedeutung der Kundenbindung für den Unternehmenserfolg herauszustellen, werden Sie beauftragt, im Vorfeld der Konzeptentwicklung zur Kundenrückgewinnung einige Fragen zu klären.

- a) Im Rahmen der künftigen Positionierung der PROXIMUS Versicherung AG ist es wichtig, die bisherigen Strategien zu überdenken. Voraussetzung dafür ist die Prüfung, ob die bisherige Nachfragesegmentierung beibehalten werden soll.

Grenzen Sie vier Kriterien für eine Nachfragesegmentierung voneinander ab.

(12 Punkte)

- b) Erläutern Sie jeweils zwei Fakten, die für den Zusammenhang von Kundenbindung und Unternehmensrentabilität verantwortlich sind:

(8 Punkte)

- in Bezug auf den Einzelvertrag,
- in Bezug auf den Kunden.

Lösungshinweise Aufgabe 5

(20 Punkte)

(RP: 2.1.4)

- a) ■ Geschäftsfelder:
- Abgrenzung anhand von Funktionen
 - Technologien
 - Kundengruppen
 - Vertriebswege und/oder Regionen
- Marktfelder:
- Unterscheidung nach Produkt- und Marktneugigkeit, Marktdurchdringung, Marktentwicklung, Leistungsentwicklung oder Diversifikation
- Wettbewerbsvorteile:
- Geschäftsmodell-, Innovations-, Markierungs-, Programmbreiten- oder Kostenvorteile
- Marktabdeckung:
- Unterscheidung nach Ansprache Gesamt- oder Teilmarkt (Nische) und Ansprache als Pionier oder Nachahmer

(12 Punkte)

b) Z. B.:

- Fakten in Bezug auf den Einzelvertrag:
 - Treuere Kunden sind weniger preissensitiv.
 - Die Schadenquote geht durchschnittlich mit der Kundenbindungsdauer zurück.
 - Die Produktivität des Außendienstes steigt mit zunehmender Kundenbindungsrate.
 - Ein Kunde wird nach vier Jahren im Bestand rentabel.
 - Die Gemeinkosten im Verwaltungsbereich sinken deutlich.
- Fakten in Bezug auf den Kunden:
 - Die Anzahl der Verträge steigt mit zunehmender Kundenbindungsdauer.
 - Die Schadenbelastungen sinken bei Kunden mit mehreren Verträgen.
 - Die Preissensitivität treuer Kunden sinkt, sodass zunehmend Produkte mit höheren Deckungsbeiträgen nachgefragt werden.
 - Die Akquisitionskosten nehmen mit jedem weiteren Vertrag ab, da sich mehr Möglichkeiten zu direkter Kundenansprache ergeben.

(8 Punkte)