

Prüfung	Geprüfte/-r Fachwirt/-in für Versicherungen und Finanzen
Handlungsbereich	Finanzdienstleistungen für Privat- und Gewerbekunden – Produktmanagement
Prüfungstag	10. Oktober 2012
Bearbeitungszeit	90 Minuten
Anzahl der Aufgaben	5
Anzahl der Anlagen	1
Prüfungsnummer	P 082-19-1012-4

Nr. d. Aufg.	Rahmenplan-Nummer/ Titel bzw. Thema	Einzelpunkte (bei a), b) usw.)	Punkte gesamt	Zeit- bedarf (in Min.)	Schwierigkeits- grad (Leicht, Mittel, Schwer)
	Ausgangssituation			3	
1	4.1, 4.2, 4.5	a) 10 b) 6 c) 4	20	16	L
2	4.3	a) 8 b) 4 c) 4 d) 4	20	16	M
3	4.3, 4.4	a) 6 b) 2 c) 8 d) 4	20	19	M/S
4	4.2	a) 6 b) 10 c) 4	20	16	M
5	4.2	a) 4 b) 1. 2 b) 2. 4 b) 3. 4 c) 6	20	20	M/S
Gesamt			100		

Bearbeitungshinweise:

- Die zur Prüfung zugelassenen Hilfsmittel wurden Ihnen separat mit der Einladung mitgeteilt.
- Sie erhalten einen Aufgaben- und einen Lösungsteil.
- Tragen Sie auf dem Deckblatt Ihre Prüfungsteilnehmer-Nummer ein.
- Die maximale Gesamtpunktzahl der Lösungen beträgt 100 Punkte.
- Die Lösungsgänge bzw. Rechenvorgänge sind klar und nachvollziehbar im Lösungsteil darzustellen. Sollte der Platz nicht ausreichen, benutzen Sie bitte das Konzeptpapier, verweisen Sie auf die Fortsetzung und kennzeichnen Sie diese. Wir weisen darauf hin, dass eine vom Prüfungsausschuss nicht lesbare Prüfungsarbeit mit der Note „ungenügend“ (null Punkte) bewertet wird mit den Rechtsfolgen, die sich aus der Prüfungsordnung ergeben.
- Verwenden Sie für jede Aufgabe ein neues Lösungsblatt bzw. eine neue Lösungsseite.
- Falls die Lösung auf einem beigefügten Anlageblatt erfolgen soll, wird in der Aufgabenstellung darauf hingewiesen.
- Für Ihre Notizen benutzen Sie bitte ausschließlich das Konzeptpapier.
- Das Konzeptpapier ist mit dem Aufgaben- und dem Lösungsteil abzugeben.
- Bei Aufgaben, die eine Aufzählung von n-Fakten zur Lösung erfordern, werden nur die ersten n-Fakten gewertet. Alle darüber hinausgehenden Aufzählungen werden gestrichen.

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 eingeengt.
- 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.

Ausgangssituation zu allen Aufgaben:

„Unser Anspruch muss es sein, unsere Kunden auch mit versicherungsfremden Produkten und Dienstleistungen im Sinne einer ganzheitlichen Kundenberatung erfolgreich zu betreuen und somit das Fundament für unser weiteres Wachstum zu schaffen.“

So lautet die Kernbotschaft, die auf der letzten Vertriebsleitertagung der PROXIMUS Versicherung AG in einer gemeinsamen Abschlussvereinbarung verabschiedet wurde. Nun gilt es, diese durch geeignete Maßnahmen in den einzelnen Direktionsbereichen umzusetzen.

Als zuständiger Mitarbeiter fällt es in Ihren Aufgabenbereich, die Umsetzung in Ihrem Direktionsbereich zu begleiten und Ihren Kollegen auch für fachliche und organisatorische Fragen und Inhalte zur Verfügung zu stehen.

Aufgabe 1: (20 Punkte)

Um die Vermittlung von Zahlungsverkehrskonten aus dem Angebot der Süddeutschen Handelsbank AG zu forcieren, bedarf es einer engen Zusammenarbeit mit der PROXIMUS Versicherung AG. In den Mittelpunkt der gemeinsamen Bemühungen soll die Zielgruppe der unternehmergeführten selbstständigen Handwerksbetriebe gestellt werden.

- a) Beschreiben Sie anhand von fünf Beispielen geeignete Maßnahmen, die zwischen den Verbundpartnern vereinbart werden können, um die Zusammenarbeit erfolgreich zu gestalten. (10 Punkte)
- b) Beschreiben Sie anhand von drei Beispielen, welche sinnvollen Produktergänzungen (zum Zahlungsverkehrskonto) aus dem Bereich Zahlungsverkehr für die vorgenannte Zielgruppe interessant sein können. (6 Punkte)
- c) Durch Auswertungen können
- positive Bestandsveränderungen und auch
 - negative Bestandsveränderungen festgestellt werden.

Beschreiben Sie jeweils eine mögliche Reaktion des Vertriebes auf diese Veränderungen. (4 Punkte)

Lösungshinweise Aufgabe 1:

(RP: 4.1, 4.2, 4.5)

- a) Z. B.:
- Bei Außenauftritten im Bereich Öffentlichkeitsarbeit, z. B. bei Stadtfesten, treten die Verbundpartner gemeinsam auf.
 - Vertriebsunterstützende Werbemaßnahmen, z. B. Plakate, werden so gestaltet, dass diese auf beide Verbundpartner hinweisen.
 - Die Verbundpartner erstellen gemeinsame Mailing-Aktionen, z. B. Versand von Beitragsmitteilungen für die Hausratversicherung und gleichzeitig Hinweis auf das kostenlose Zahlungsverkehrskonto des Verbundpartners.
 - Bei Neugründungen von Agenturen wird dem Verbundpartner auch eine Präsenz zugewiesen, z. B. durch Einrichtung eines separaten Beratungsplatzes (Schreibtisch) in der neuen Agentur.

- Die Verbundpartner nehmen gemeinsam Außendiensttermine wahr, z. B. könnte bei einem Kundentermin über eine Schadenabwicklung die Abrechnung des Schadens über ein neues Zahlungsverkehrskonto des Verbundpartners abgewickelt werden. (10 Punkte)

- b) Z. B.:
 - Über Produkte des Onlinebanking wird die Abwicklung des unbaren Zahlungsverkehrs außerhalb der Öffnungszeiten der Kreditinstitute ermöglicht.
 - Über die Zurverfügungstellung von Kreditkarten können Materialeinkäufe auf Online-Einkaufsplattformen der Lieferanten abgewickelt werden.
 - Über die Teilnahme am Lastschriftinzugsverfahren wird die Kontrolle über eigene zu leistende Zahlungen behalten, da den Lastschriftbelastungen widersprochen werden kann. (6 Punkte)

- c) – Positive Bestandsveränderungen, z. B.:
Nettozuwächse erlauben die weitere Erschließung der Kundenverbindungen mit Produkten und Dienstleistungen (Cross-Selling).

– Negative Bestandsveränderungen, z. B.:
Ausbau der Kenntnisse der Außendienstmitarbeiter zu Zahlungsverkehrsprodukten, um eine Betreuung der Gewerbekunden zu verbessern (4 Punkte)

Aufgabe 2: (20 Punkte)

Da aufgrund anhaltender Krisen an den Finanzmärkten die Kundennachfrage in Bezug auf Immobilien zugenommen hat, sollen der direkte und der indirekte Vertrieb von Immobilien in die Angebotspalette mit aufgenommen werden.

- a) Nennen Sie jeweils vier Standortfaktoren, die sich aus dem Makro- bzw. Mikrostandort einer Immobilie ergeben können. (8 Punkte)

- b) Erläutern Sie den Begriff „standardisierter Standortvergleich“ bei Immobilien. Gehen Sie in Ihrer Antwort auch auf mögliche Vorteile dieser Bewertungsmethode ein. (4 Punkte)

- c) Nennen Sie vier Merkmale einer Mietgarantie im Rahmen eines Immobilienerwerbes zur Kapitalanlage. (4 Punkte)

- d) Stellen Sie eine mögliche Gestaltung des Produktangebotes Immobilien nach
 - Breitengeschäft und
 - Spezialgeschäftdar. (4 Punkte)

Lösungshinweise Aufgabe 2: (RP: 4.3)

- a) – Makrostandort, z. B.:
 - gute Verkehrsanbindung

- positive Wirtschaftsentwicklung
 - Einzugsgebiet, innerstädtische Haupt- und Nebenzentren
 - Bevölkerungs- und Sozialstruktur
 - wirtschaftliche Rahmenbedingungen (Kaufkraftniveau, Nachfragepotenzial, Arbeitsmarkt)
 - Immobilienmarkt (Immobilienbestände, Baugenehmigungen, Preisniveau)
- Mikrostandort, z. B.:
- ausreichend vorhandene Parkplätze
 - Einzelhandel und Gastronomie in der Nähe
 - lokale Situation auf dem Immobilienmarkt (Bestand an Konkurrenzimmobilien)
 - Umfeldqualität, Niveau der Nachbargeschäfte
 - geringe Immissionsbelästigung
- (8 Punkte)
- b) Das Gesamtergebnis der Standortanalyse aus Einzelresultaten der Standardanforderungen lässt einen Vergleich zwischen verschiedenen Immobilienstandorten zu. Standardisierte, formale Bewertungsmethoden führen zu mehr Transparenz in der Standortanalyse. Die Ergebnisse werden nachvollziehbarer und auch kritisierbarer.
- (4 Punkte)
- c) Z. B.:
- Befristung
 - Garantie ist von Bonität des Garantiegebers abhängig.
 - Absicherung durch Bankgarantie möglich
 - Orientierung der Garantie an örtlichen Mietpreisen
 - Orientierung an dauerhaft erzielbaren Mietpreisen
- (4 Punkte)
- d) – Breitengeschäft, z. B.:
- offene Immobilienfonds als sicheres, risikostreuendes Anlageprodukt für große Kundenzielgruppe und alle Vertriebswege
- Spezialgeschäft, z. B.:
- geschlossene Immobilienfonds für besonders qualifizierte Vermittler oder für Vermittler mit Zugang zu speziellen Zielgruppen
- (4 Punkte)