

Prüfung	Geprüfte/-r Fachwirt/-in für Versicherungen und Finanzen
Handlungsbereich	Marketing und Vertrieb von Versicherungs- und Finanzprodukten für Privatkunden
Prüfungstag	4. Oktober 2012
Bearbeitungszeit	120 Minuten
Anzahl der Aufgaben	5
Prüfungsnummer	P 082-02-1012-5

Nr. d. Aufg.	Rahmenplan-Nummer/ Titel bzw. Thema	Einzelpunkte (bei a), b) usw.)	Punkte gesamt	Zeit- bedarf (in Min.)	Schwierigkeits- grad (Leicht, Mittel, Schwer)
1	2.2.1	a) 5 b) 1. 3 b) 2. 6 c) 6	20	20	L
2	2.1	a) 4 b) 12 c) 1. 3 c) 2. 1	20	20	M
3	2.3.5	a) 4 b) 8 c) 8	20	20	M
4	2.4.1, 2.4.2, 2.4.3	a) 5 b) 1. 3 b) 2. 4 c) 4 d) 4	20	25	M/S
5	2.4	a) 8 b) 8 c) 4	20	30	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:

Die PROXIMUS Versicherung AG plant die Kooperation mit einer größeren Bank, da der Vertrieb über die Süddeutsche Handelsbank-AG nicht den erwarteten Erfolg bringt. Für den Verkauf von Bankprodukten seitens der PROXIMUS Versicherung AG verpflichtet sich die Bank im Gegenzug zum Verkauf von Versicherungsprodukten der PROXIMUS Versicherung AG.

Sie sind Mitarbeiter der Projektgruppe, die die Kooperation prozessoptimiert für beide Unternehmen umsetzen soll.

Aufgabe 1: (20 Punkte)

Zunächst soll eine Studie in Auftrag gegeben werden, um zu klären, ob Bankkunden ihren Bankbetreuer auch in Sachen Versicherungen als kompetenten Ansprechpartner ansehen.

- a) Nennen Sie fünf Phasen einer systematischen Marktforschung. **(5 Punkte)**
- b) 1. Nennen Sie drei verschiedene Möglichkeiten einer Befragung. **(3 Punkte)**
2. Empfehlen Sie eine dieser Möglichkeiten und begründen Sie Ihre Entscheidung anhand von drei Kriterien. **(6 Punkte)**
- c) Nennen Sie drei unterschiedliche Frageformen und formulieren Sie jeweils eine Beispielfrage für die Studie (Befragung von Bankkunden). **(6 Punkte)**

Lösungshinweise Aufgabe 1:

(RP: 2.2.1)

- a) Z. B.:
- Problemformulierung
 - Festlegung des Untersuchungsdesigns
 - Auswahl und Bestimmung des Durchführenden der Studie
 - Datenerhebungsmethode festlegen
 - Stichprobe bestimmen
 - Fragebogen, Interviewleitfaden usw. erstellen
 - Durchführung der Studie
 - Daten erfassen, verarbeiten usw.
 - Daten analysieren und interpretieren
 - Ergebnis der Studie formulieren und präsentieren
- (5 Punkte)**
- b) Z. B.:
1. - schriftliche Befragung
- mündliche Befragung
 - telefonische Befragung
 - Befragung via Internet
 - Experteninterview
 - Tiefeninterview
 - Gruppendiskussion
- (3 Punkte)**
2. Kriterien für die Auswahlentscheidung sind z. B.:

- Kosten
- Erfolgsquote/Rücklaufquote
- Zeitbedarf z. B. für Vorbereitung, Durchführung, Auswertung
- Kontrollmöglichkeiten, z. B.:
 - Wie erfolgt die Durchführung?
 - Wie erfolgt die Auswertung?
 - Wer antwortet?
 - Richtigkeit der Angaben
- Interviewer-Effekt
- Zufallsauswahl versus Repräsentativität
- räumliche Reichweite
- Fragenumfang/Fragenthemen
- Individualisierungsmöglichkeiten versus standardisierte Befragung/Erhebung zusätzlicher Informationen

Begründungen sind z. B.:

- mündliche Befragung von Bankkunden vor Ort:
 - Sicherheit hinsichtlich der Zielgruppe „Bankkunden“
 - Kontrolle über die Befragungssituation
 - Möglichkeit der Erhebung zusätzlicher/spontaner Reaktionen
 - Variabilität bei Befragungsdauer/Möglichkeit von Kontrollfragen/Individualisierungsmöglichkeiten
- Befragung von Bankkunden via Internet:
 - vergleichsweise geringe Kosten für die Durchführung, Datenerfassung und -analyse
 - schnelle Kontaktierung von Befragten (Zeitvorteil)
 - hohe räumliche Reichweite
 - Fokussierung auf die Zielgruppe „junge (Online-)Bankkunden“
 - keine Beeinflussung durch einen Interviewer

(6 Punkte)

Hinweis für den Korrektor: Die zwei Begründungen stellen lediglich Beispiele dar. Alle nachvollziehbaren, schlüssigen und begründeten Empfehlungen sind entsprechend zu bewerten.

c) Z. B.:

- Alternativfrage:
Haben Sie schon einmal eine Versicherung bei Ihrer Bank gekauft, ja oder nein?
- Auswahlfrage:
Mit welchen der nachfolgenden drei Attribute würden Sie Ihren Bankbetreuer beschreiben? Kompetent, freundlich, umfassend informiert, unfreundlich, umsatzorientiert usw.
- Offene Frage:
Unter welchen Umständen würden Sie eine private Krankenversicherung in Ihrer Bank abschließen?
- Direkte Frage:
Wie schätzen Sie die Versicherungskompetenz Ihres Bankberaters ein?

(6 Punkte)

Aufgabe 2: (20 Punkte)

Die geplante Kooperation hat Auswirkungen auf die Unternehmensstrategie der PROXIMUS Versicherung AG. An der Neuausrichtung ist eine Vielzahl von Stellen beteiligt, die unmittelbaren Einfluss auf den Zusammenschluss haben.

- a) Unterscheiden Sie die beiden Begriffe
- Strategie und
 - Taktik
- anhand von jeweils zwei Merkmalen.

(4 Punkte)

- b) Die PROXIMUS Versicherung AG muss die Unternehmensstrategie anpassen, um die Ziele des Unternehmens weiterhin optimal verfolgen zu können.

Erläutern Sie vier grundsätzliche Differenzierungs- und Positionierungsmöglichkeiten.

(12 Punkte)

- c) 1. Erklären Sie, welche Diversifikationsausrichtung bei einer Kooperation mit einer Bank vorliegt.

(3 Punkte)

2. Nennen Sie eine weitere Diversifikationsmöglichkeit.

(1 Punkt)

Lösungshinweise Aufgabe 2:

(RP: 2.1)

- a) Z. B.:

- Strategie:
 - langfristig
 - schwer korrigierbar
 - grundlegende Entscheidung
 - verzögerte Wirkung
- Taktik:
 - kurzfristig
 - relativ leicht korrigierbar
 - laufende Steuerung möglich
 - schnelle Wirkung

(4 Punkte)

- b) Z. B.:

- geschäftsfeldorientiert:
Abgrenzung anhand von Funktionen, Technologien, Kundengruppen, Vertriebswegen und/oder Regionen
- marktfeldorientiert:
Unterscheidung nach Produkt-/Marktneuigkeit, Marktdurchdringung, Marktentwicklung, Leistungsentwicklung
- wettbewerbsorientiert:
Abgrenzung nach Geschäftsmodell-, Innovations-, Markierungs-, Kostenvorteilen
- absatzgebietsorientiert (auch Marktabdeckung):
Unterschied nach der Größe des abzudeckenden Marktes, z. B. lokal, regional, überregional, europäisch, international (ggf. auch Nischenversicherer im Teilmarkt)

(12 Punkte)



- c) 1. – horizontale Diversifikation:
Zusammenschluss/-arbeit von Unternehmen auf der gleichen Wirtschaftsstufe
(3 Punkte)
2. – vertikale Diversifikation oder laterale Diversifikation
(1 Punkt)