

Bundeseinheitliche Weiterbildungsprüfung

der Industrie- und Handelskammern

Lösungshinweise

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

- **Handlungsbereich** Vertriebsmanagement
- **Prüfungstag** 24. April 2013

Ausgangssituation zu allen Aufgaben:

- Der Vorstand der PROXIMUS Versicherung AG hat aufgrund eines Fachartikels eine Projektgruppe „Vertrieb der Zukunft“ initiiert, die sich mit den im Fachartikel genannten Themen auseinandersetzen soll. In diesem Fachartikel geht es darum, dass das Jahr 2013 „Chancen und Risiken“ für die gesamten Vertriebswege birgt, da Rechtsprechung und Gesetzgeber Entscheidungen getroffen haben und weitere Regelungen planen, die nicht unerheblich in das Vertriebsmanagement eingreifen können.
- Die Projektgruppe soll klären, welche Auswirkungen auf das Vertriebsmanagement zu erwarten sind und wie sich die PROXIMUS Versicherung AG zu diesen Themen positioniert.

Aufgabe 1

Um den zukünftigen Veränderungen Rechnung zu tragen, soll das Vertriebscontrolling als Managementinstrument eine größere Bedeutung erfahren.

- a) Nennen Sie die sechs Schritte des Controlling-Regelkreises.
- b) Erläutern Sie die Begriffe
 - strategisches Controlling und
 - operatives Controllingund nennen Sie jeweils zwei Beispiele.
- c) Erläutern Sie drei Messgrößen des Vertriebscontrollings.

(6 Punkte)

(10 Punkte)

(9 Punkte)

Lösungshinweise Aufgabe 1

(RP: 5.1.4.1, 5.1.4.3)

(25 Punkte)

- a) 1. Zielsetzung
- 2. Planung
- 3. Umsetzung
- 4. Kontrolle
- 5. Abweichungsanalyse
- 6. Reaktionsvorschläge

(6 Punkte)

b) Z. B.:

- Strategisches Controlling bedeutet, dass das Controlling die oberste Unternehmensleitung und die strategischen Zielsetzungen unterstützt, kontrolliert und Strategieänderungen vorschlägt. Dies ist eher langfristig.

Z. B.:

- Ausbau des Marktanteiles in den nächsten fünf Jahren von 5 % auf 10 %
- Neupositionierung der Marke des Versicherers in der Kundenwahrnehmung in den nächsten zehn Jahren
- Operatives Controlling befasst sich mit kurz- bis mittelfristigen, unmittelbar messbaren und damit ergebnisrelevanten Zielen.

Z. B.:

- Vermittlercontrolling
- Controlling von zentralen Verkaufsaktionen

(10 Punkte)

c) Z. B.:

- $\text{Stornoquote} = \frac{\text{Zahl stornierter Verträge}}{\text{Zahl abgeschlossener Verträge}}$
- $\text{Beschwerdequote} = \frac{\text{Zahl der Kundenbeschwerden}}{\text{Zahl der Versicherungsverträge}}$
- $\text{Terminquote} = \frac{\text{Zahl der Termine}}{\text{Zahl der Terminierungsversuche}}$

(9 Punkte)

Aufgabe 2

Der Gesetzgeber möchte zukünftig noch stärker die Qualifizierung aller Mitarbeiter, die im Kundenkontakt stehen, sicherstellen. Das kann sich auch auf die Ertragslage des Vermittlerbetriebes auswirken.

- Beschreiben Sie fünf rechtliche Merkmale der Tätigkeit eines angestellten Mitarbeiters.
- Beschreiben Sie drei konkrete Tätigkeitsbereiche, in denen angestellte Innendienstmitarbeiter den Agenturinhaber unterstützen können.
- Schildern Sie drei Situationen, in denen das Vertriebsmanagement Agenturinhaber zum Thema „Mitarbeiteranstellung und Einsatz von angestellten Innendienstmitarbeitern im Agenturbetrieb“ unterstützen kann, um eine effiziente Unternehmensführung zu gewährleisten.

(10 Punkte)

(6 Punkte)

(9 Punkte)

Lösungshinweise Aufgabe 2

(RP: 5.3)

(25 Punkte)

a) Z. B.:

- Anstellung in einem Handelsgewerbe
- Anstellung zur Leistung kaufmännischer Dienste gegen Entgelt
- Unterwerfung unter Weisungsrecht des Arbeitgebers
- Eingliederung in Arbeitsorganisation des Arbeitgebers
- keine im Wesentlichen freie Gestaltung der Tätigkeit
- keine im Wesentlichen freie Bestimmung der Arbeitszeit
- Arbeitsvertrag mit Anforderungen zur Mindestqualifizierung

(10 Punkte)

b) Z. B.:

- Vorbereitung von Kundenterminen (z. B. Angebotserstellung)
- Nachbereitung von Kundenterminen (z. B. Kundenkartei aktualisieren)
- Anfragen an Fachabteilungen der Hauptverwaltung (z. B. Vertragsänderungen einleiten)
- Übernahme von Kundenrückfragen (z. B. zu Kundenschriften der Hauptverwaltung)
- Erstellung von Marktvergleichen
- Sofortschadenregulierung
- allgemeine Telefonie (z. B. Terminierung)

(6 Punkte)

c) Z. B.:

- Suche und Ausbildung neuer Agenturmitarbeiter (Anzeigen, Ausbildungspläne, Basisausbildung in der Hauptverwaltung)
- Anleitung, Kontrolle und Beurteilung von Agenturmitarbeitern (Führungsseminare, Gesprächstraining)
- Beratung hinsichtlich Lohnabrechnung und Sozialversicherung (Abrechnungsprogramme, Informationen zur Korrespondenz mit Sozialversicherungsträgern)
- Sensibilität für Mitarbeiter beim Agenturinhaber schaffen (feste Arbeitszeiten von Arbeitnehmern, Identifikation des Arbeitnehmers mit Agenturbetrieb, Einarbeitungszeit neuer Mitarbeiter beachten)
- temporäre bzw. dauerhafte finanzielle Unterstützung der Agentur

(9 Punkte)