

Bundeseinheitliche Weiterbildungsprüfung

der Industrie- und Handelskammern

Lösungshinweise

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

- **Handlungsbereich** Sachversicherungen für private und gewerbliche Kunden
– Produktmanagement für Versicherungs- und Finanzprodukte
- **Prüfungstag** 14. Oktober 2015

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:

Die PROXIMUS Versicherung AG plant die Entwicklung eines neuen Versicherungsproduktes für Druckereien. Das Produkt soll für Unternehmen verschiedener Größenklassen mit unterschiedlichen Produktionsprogrammen und Drucktechniken, einschließlich Druckvorstufe und ggf. Weiterverarbeitung, verwendet werden können.

Es wird eine Arbeitsgruppe gebildet, die bei der Produktentwicklung die Sparten der allgemeinen Sachversicherung sowie die technischen Versicherungen und die Transportversicherung berücksichtigt. Das neue Produkt soll die Möglichkeit bieten, Versicherungen für Privatkunden – z. B. Firmeninhaber oder Betriebsangehörige – einzubeziehen. Sie sind als Mitarbeiter der Fachabteilung Mitglied der Arbeitsgruppe.

Aufgabe 1

Die Vorgabe eines positiven Deckungsbeitrages zur gewerblichen Gebäudeversicherung erfordert strenge Annahmerichtlinien, um den kalkulierten Schadenverlauf zu erreichen.

a) Erklären Sie die Begriffe

- objektives Risiko und
- subjektives Risiko

und nennen Sie je ein Beispiel zur Gebäudeversicherung.

b) Erläutern Sie drei Beispiele für Annahmerichtlinien zur Risikoselektion in der gewerblichen Gebäudeversicherung.

c) Nehmen Sie dazu Stellung, welche negative Auswirkung sich für den Jahresabschluss des Versicherers ergeben kann, wenn die Annahmerichtlinien außer Acht gelassen werden.

(6 Punkte)

(9 Punkte)

(5 Punkte)

Lösungshinweise Aufgabe 1

[VO: § 5 Absatz 2 Nr. 3]

(20 Punkte)

a) ▪ Objektives Risiko:

Die Risikofaktoren sind z. B. erkennbar, messbar und von der einzelnen Person nicht beeinflussbar, z. B.:

- Betriebsart
- Bauweise
- Bedachung

des Gebäudes

▪ Subjektives Risiko:

Die Risikofaktoren hängen vom Verhalten, der Einstellung und den Wertevorstellungen einer Person ab.

Demzufolge sind diese nicht statistisch messbar, also schwierig für den Versicherer zu erfassen, z. B.:

- Sorgfaltsinteresse des Versicherungsnehmers in Brandschutzfragen
- Ordnung und Sauberkeit des Betriebes

(je 3 Punkte, max.

6 Punkte)

b) Z. B.:

- Zeichnungsverbote für bestimmte Betriebsarten, z. B.:
 - Recyclingbetrieb
 - Sägewerk
 - Diskothek
- Zeichnungsverbot für Gebäude mit bestimmten Merkmalen, z. B.:
 - weiche Bedachung
- unerwünschte Risiken, z. B.:
 - Zelte
 - Container
 - Baracken
- Begrenzung der Versicherungssummen aufgrund Rückversicherungsvertrag und Ausgleichsfähigkeit des Bestandes
- Gefahrenausschluss, z. B. Elementarrisiken

(je 3 Punkte, max.

9 Punkte)

Hinweis für den Korrektor: Die Beispiele müssen erläutert werden.

c) Z. B.: Durch steigende Schadenaufwendungen bei zu geringen Prämieinnahmen sinkt der Jahresüberschuss (keine Veränderungen/Ausgleichseffekte bei den weiteren Konten vorausgesetzt). Je nach Kapitalausstattung können sich auch Auswirkungen auf die Einhaltung der Solvabilitätsanforderungen ergeben.

Z. B.: Diverse Risiken werden vom Rückversicherungsschutz nicht erfasst und belasten im Schadenfall das Ergebnis des Erstversicherers in vollem Umfang.

(5 Punkte)

Aufgabe 2

Die Absatzpolitik spielt wegen der besonderen Risikosituation von Druckereien eine besondere Rolle. Um mehr Informationen über die Absatzpolitik der PROXIMUS Versicherung AG zu erhalten, holen Sie den Rat eines Mitarbeiters aus der Abteilung Steuerung und Controlling ein. Die gewonnenen Informationen bereiten Sie in einer Übersicht für die Kollegen aus der Projektgruppe auf.

Erläutern Sie Ihren Kollegen die vier Bestandteile der Absatzpolitik.

(20 Punkte)

Lösungshinweise Aufgabe 2

[VO: § 5 Absatz 2 Nr. 5]

(20 Punkte)

▪ **Produktpolitik:**

Sie umfasst die Aktivitäten, die auf die Gestaltung der einzelnen Versicherungsprodukte oder des gesamten Absatzprogramms gerichtet sind, z. B. zur Entscheidung der Frage, ob eine Multi-Risk-Police oder eine gebündelte Versicherung für Druckereien angeboten werden soll.

▪ **Prämienpolitik/Preispolitik:**

Sie stellt das geldliche Äquivalent für die Versicherungsleistung dar. Sie stellt das Verhältnis von Versicherungsprämie zu Nutzen des Kunden dar. Hier werden Risikokosten und sonstige Kosten berücksichtigt. So ist z. B. zu klären, ob eine Multi-Risk-Police mit Selbstbeteiligung angeboten werden soll und welche Provisionsbelastung zu berücksichtigen ist.

▪ **Kommunikationspolitik:**

Sie zielt auf die Einstellungen, Kenntnisse und Verhaltensweisen von Marktteilnehmern gegenüber der Unternehmensleistung, der angebotenen Versicherung, ab. Hier ist z. B. zu klären, inwieweit den Druckereien die Gefährdung durch Feuer für ihren Betrieb bekannt ist und ob den Betrieben die Möglichkeit einer Risikoabsicherung bekannt ist.

Hinweis für den Korrektor: folgende Antwort ist auch möglich:

Kommunikationspolitik versucht unter Einsatz ihrer Elemente

- Mitarbeiterkommunikation
- Werbung
- Sales Promotion
- Public Relation
- eine umweltbewusste Identität zu schaffen
- Botschaften über Produkte und deren Merkmale (Preis und Nutzen) an potenzielle Kunden weiterzugeben
- Kommunikationsformen mit externen und internen Interessengruppen zu finden.

▪ **Distributionspolitik:**

Sie entscheidet, auf welchem Weg das Versicherungsprodukt vom Versicherer zum Kunden gelangt.

Vertriebswege, z. B.:

- Ausschließlichkeitsvertreter und Mehrfachvertreter
- Maklervertrieb
- Bankenvertrieb

(je 5 Punkte, max.

20 Punkte)

Hinweis für den Korrektor: Beispiele für die einzelnen Bestandteile müssen nicht zwingend genannt werden.