

Bundeseinheitliche Fortbildungsprüfung der Industrie- und Handelskammern

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

Marketing und Vertrieb von Versicherungs- und Finanzprodukten
für Privatkunden

Lösungshinweise

Datum: 30. September 2022

Bearbeitungszeit: 120 Minuten

Anzahl Aufgaben: 5

Hinweise für den Korrektor:

- Die folgenden Lösungen sind lediglich Lösungshinweise.
- 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 alle Geschlechter gemeint.

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

wbv Media 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 eine Vertriebsoffensive im Umfeld der Berufsstarter und Studienabgänger. Dazu sollen zielgruppenorientierte Vorsorgeprodukte (insbesondere zur Absicherung der Arbeitskraft) entwickelt werden, um im Markt vor allem junge Neukunden zu gewinnen. Der Vorstand gibt ein mittelfristiges Projekt in Auftrag, um alle Maßnahmen in einer gezielten Kampagne zu integrieren.

Sie sind Mitglied der Projektgruppe.

Aufgabe 3

Zunächst möchte das Projektteam Informationen über die Zielgruppe der Berufsstarter und Studienabgänger sammeln und auswerten.

a **Mögliche Punktzahl: 4**

Formulieren Sie hierzu vier Fragen, die die Marktforschung beantworten soll.

b **Mögliche Punktzahl: 8**

Eine wissenschaftliche Studie kommt zum Ergebnis, dass nur 10 Prozent der Zielgruppe eine Absicherung der Arbeitskraft für wichtig halten. Um dieses Ergebnis zu überprüfen, geben Sie eine eigene Studie in Auftrag.

Entscheiden Sie sich für eine Datenerhebungsmethode und begründen Sie Ihre Auswahl.

c **Mögliche Punktzahl: 8**

Das Marktpotenzial ist unter anderem abhängig von der demografischen Entwicklung und der Einkommens-/Vermögensverteilung.

Erklären Sie, was unter Marktpotenzial zu verstehen ist. Entwickeln Sie jeweils ein Beispiel zur demografischen Entwicklung und zur Einkommens-/Vermögensverteilung, das den Zusammenhang verdeutlicht.

Lösungshinweise Aufgabe 3

[VO: § 5 Absatz 2 Nr. 2]

a Mögliche Punktzahl: 4

Z. B.:

- Wie hoch ist das durchschnittliche Einkommen der Zielgruppe am Berufsbeginn?
- Über welche Versicherungskenntnisse verfügt die Zielgruppe?
- Welche Medien nutzt die Zielgruppe, um sich zu informieren?
- Welche Versicherungsverträge hat die Zielgruppe in der Regel bereits abgeschlossen?
- Welche Bedeutung misst die Zielgruppe dem Thema Vorsorge bei?
- Wie groß ist die Zielgruppe?
- Welche Imagefacetten prägen das Bild von Versicherungen bei dieser Zielgruppe?

b Mögliche Punktzahl: 8

Z. B.:

Primäre Datenerhebungsmethode, dies sind unter anderem Befragung, Beobachtung, Experiment und Panel.

Zielführend ist eine mündliche oder telefonische Befragung von repräsentativ ausgewählten Berufsstärtern und Studienabgängern, da schnelle Ergebnisse erzielt werden, die zudem individuell und spontan sind.

Da es sich um eine einfache Fragestellung handelt, bietet sich eine geschlossene Frage mit Auswahlvarianten an, wie z. B.: Halten Sie die Absicherung der Arbeitskraft für: sehr wichtig, wichtig, nicht so wichtig, unwichtig, weiß nicht.

c Mögliche Punktzahl: 8

Marktpotenzial ist der maximal mögliche Umsatz in einer Branche oder auch Versicherungssparte in einer definierten Periode. Bei der Anzahl der potenziellen Kunden wird dabei unterstellt, dass sie sowohl Interesse als auch die erforderlichen finanziellen Mittel zum Erwerb haben.

(4 Punkte)

Beispiele zur demografischen Entwicklung:

- Je höher der Anteil der über 65-Jährigen in der Bevölkerung ist, desto geringer ist das Interesse an einer Berufsunfähigkeitsversicherung.
- Der Anstieg der durchschnittlichen Lebenserwartung und die Anzahl der über 100-Jährigen fördert das Interesse und die Bereitschaft, sich privat für das Alter abzusichern.

Beispiele zur Einkommens-/Vermögensverteilung:

- Durch eine steigende Zahl von Geringverdienern sinkt die Zahl potenzieller Kunden, die sich Versicherungsprodukte leisten können.
- Konzentrieren sich Vermögen, z. B. durch Erbschaft, kann ein wachsender Bevölkerungsanteil mehr und höhere Risiken selbst übernehmen. Das Interesse an Versicherungen generell und an höheren Absicherungen könnte sinken.

(4 Punkte)

Aufgabe 5

Um bei der Zielgruppe der Berufsstarter und Studienabgänger den Absatz der Vorsorgeprodukte zu steigern, soll eine Werbe- und Verkaufsoffensive gestartet werden.

In der Projektgruppe wird erörtert, über welche Versicherungsvermittler die Ansprache dieses Personenkreises erfolgen soll.

a Mögliche Punktzahl: 4

Stellen Sie dar, zwischen welchen Versicherungsvermittlern das VVG unterscheidet, und grenzen Sie die beiden Gruppen voneinander ab.

b Mögliche Punktzahl: 6

Erläutern Sie, in welchem Umfang ein Versicherungsvermittler den Kunden bei dem Vertrieb von Versicherungsprodukten zu beraten hat. Gehen Sie dabei insbesondere auch auf die oben genannte Zielgruppe ein und benennen Sie die einschlägigen gesetzlichen Vorschriften.

c Mögliche Punktzahl: 11

Gehen Sie davon aus, dass der Versicherungsvermittler der gesetzlich geregelten Beratungspflicht nicht hinreichend nachgekommen ist.

Stellen Sie anhand der gesetzlichen Vorschriften dar, ob und gegebenenfalls gegenüber wem ein Versicherungsnehmer in diesem Fall Ansprüche hat.

Grenzen Sie dabei auch die beiden Gruppen von Versicherungsvermittlern voneinander ab.

Lösungshinweise Aufgabe 5

[VO: § 5 Absatz 2 Nr. 4]

a Mögliche Punktzahl: 4

Das Gesetz unterscheidet in § 59 VVG zwischen dem Versicherungsvertreter und dem Versicherungsmakler.

Der Versicherungsvertreter ist von einem Versicherer (oder einem anderen Versicherungsvertreter) damit betraut, gewerbsmäßig Versicherungsverträge zu vermitteln oder abzuschließen.

Der Versicherungsmakler vermittelt oder schließt für einen Auftraggeber (Mandant) gewerbsmäßig Versicherungsverträge ab, ohne von einem Versicherer oder Versicherungsvertreter damit betraut zu sein.

Hinweis für den Korrektor: Der Paragraph muss nicht genannt werden.

b **Mögliche Punktzahl: 6**

Nach §§ 6 Absatz 1, 60 ff. VVG gilt der Grundsatz der „anlassbezogenen Beratung“. Der Umfang der Befragung des Kunden sowie der Beratung ist davon abhängig, ob aufgrund der für den Versicherungsvermittler erkennbaren Umstände ein Anlass für eine Befragung bzw. Beratung besteht. Kriterien sind z. B.:

- die Schwierigkeit des Kunden, die angebotene Versicherung zu beurteilen,
- die Person des Kunden
- die Situation des Kunden.

Z. B.:

Bei der angesprochenen Zielgruppe „Berufsstarter und Studienabgänger“ kann davon ausgegangen werden, dass diese noch keine oder zumindest nur geringe Erfahrung mit Versicherungsprodukten haben. Zudem sind die Versicherungsprodukte in der Regel komplex und im Detail schwer zu verstehen. Von daher wird von den Versicherungsvermittlern hier in der Regel eine umfangreiche, detaillierte Beratung der potenziellen Kunden erwartet.

c **Mögliche Punktzahl: 11**

Bei einer Verletzung der Beratungspflicht kommen sowohl Schadenersatzansprüche gegen den Versicherungsvermittler gemäß 63 VVG als auch gegen die Proximus AG gemäß § 6 Absatz 5 VVG in Betracht.

Voraussetzung für die Haftung ist jeweils, dass

- eine entsprechende Beratungspflicht i. S. d. §§ 6 Abs. 1 bzw. 60 ff. VVG
- schuldhaft verletzt worden ist (§ 276 BGB)
- und dem Kunden hierdurch ein Schaden entstanden ist (Schadeneintritt und Kausalität).

Soweit es die „Eigenhaftung“ des Versicherungsvermittlers betrifft, ist es dabei nicht maßgeblich, ob ein Versicherungsvertreter oder ein Versicherungsmakler die Beratungspflicht verletzt hat.

Soweit es allerdings die Haftung der Proximus Versicherung AG betrifft, ist weitere Voraussetzung, dass ihr das Verschulden des handelnden Versicherungsvermittlers gemäß § 278 BGB zugerechnet werden kann. Das ist jedoch nur dann der Fall, wenn dieser bei der Vermittlung des Vertrags ihr Erfüllungsgehilfe gewesen ist. Dies gilt mithin nur für den Versicherungsvertreter, der von dem Versicherer gemäß § 59 VVG „damit betraut“ ist, gewerbsmäßig Versicherungsverträge zu vermitteln.

Im Falle der Verletzung einer Beratungspflicht durch einen Versicherungsmakler haftet die Proximus Versicherung AG dagegen grundsätzlich nicht, weil der Versicherungsmakler kein Erfüllungsgehilfe i. S. d. § 278 BGB ist. Er ist von der Proximus Versicherung AG schließlich gerade nicht damit betraut worden, den Versicherungsvertrag zu vermitteln.

Hinweise für den Korrektor: Es sind bei der Lösung unbedingt die jeweiligen Anspruchsgrundlagen § 6 Absatz 5 bzw. § 63 VVG zu benennen und zu differenzieren, wer hiernach jeweils in Anspruch genommen werden kann.

Es sollen bei der Lösung sodann die Voraussetzungen des Anspruchs dargelegt werden und – soweit es die Haftung der Proximus Versicherung AG betrifft – auch die „Weichenstellung“ bei der Eigenschaft als Erfüllungsgehilfe herausgearbeitet werden.

Auf den sogenannten „Pseudomakler“ gemäß § 59 Absatz 3 Satz 2 VVG muss nicht eingegangen werden.