

# Bundeseinheitliche Fortbildungsprüfung der Industrie- und Handelskammern

## Lösungshinweise

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

Handlungsbereich

Marketing und Vertrieb von Versicherungs- und Finanzprodukten für Privatkunden

Prüfungstag

1. Oktober 2018

#### 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 eingeeengt.
- 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:

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](mailto:service@wbv.de)

## Ausgangssituation zu allen Aufgaben

Die Kompositsparten der Proximus Versicherung AG verzeichnen seit wenigen Jahren wieder versicherungstechnische Gewinne. Der Absatz der Personensparten – und hier vor allem die Vorsorgeprodukte – gestaltet sich im Umfeld der anhaltenden Niedrigzinsphase nach wie vor schwierig. Rente, Krankenversicherung und betriebliche Altersversorgung sind Themen, die junge Menschen weit in der Zukunft sehen und mit denen sie sich ungern auseinandersetzen. Der Vorstand beschließt die Gründung der Projektgruppe „KONAN-PRO“ (Konsumentenanalyse der Proximus Versicherung AG). Sie sind Mitglied der Projektgruppe.

### Aufgabe 4

Die Projektgruppe „KONAN-PRO“ hat sich auch mit dem Kommunikationsverhalten der Zielgruppe „Junge Kunden“ beschäftigt. Unter Ihrer Leitung wird das Thema „Zielgruppenorientierte Kommunikation“ aufbereitet.

Zur Vorbereitung stellen Sie erste Überlegungen an.

- |   |            |
|---|------------|
| a) Nennen Sie drei Instrumente der Kommunikationspolitik und beschreiben Sie für jedes dieser Instrumente ein Anwendungsbeispiel, das speziell auf die Zielgruppe „Junge Kunden“ ausgerichtet ist.                                    | (9 Punkte) |
| b) Entwickeln Sie zielführende Ideen zur Kontaktaufnahme mit potenziellen Kunden, und zwar <ul style="list-style-type: none"><li>■ eine im Bereich der Printmedien und</li><li>■ eine im Bereich der elektronischen Medien.</li></ul> | (6 Punkte) |
| c) Entwickeln Sie stichwortartig eine Kampagne zur Kommunikation der Attraktivität der Vorsorgeprodukte der Proximus Versicherung AG.   | (5 Punkte) |

### Lösungshinweise Aufgabe 4

**(20 Punkte)**

[VO: § 4 Absatz 2 Nr. 3]

- |   |            |
|---|------------|
| a) <ul style="list-style-type: none"><li>■ Werbung, z. B.:<br/>Plakatierung im Umfeld von Universitäten</li><li>■ Verkaufsförderung, z. B.:<br/>Entwicklung eines Analyse- und Beratungstools als interaktive Kontaktmöglichkeit (Internet, App für Smartphones/Tablets usw.)</li><li>■ Persönlicher Verkauf, z. B.:<br/>Aufbau eines speziellen Teams (erfahrene, junge Vertriebspartner) zum gezielten Ansprechen und Informieren von jungen Menschen bei (Info-)Veranstaltungen (Sprache, Outfit, Auftreten, Medieneinsatz sind auf die Zielgruppe abgestimmt.)</li><li>■ Öffentlichkeitsarbeit (Public Relations), z. B.:<br/>aktive Beteiligung an Sport- und Kulturveranstaltungen der jungen Generation, also bei Trendsportarten, Wettbewerben, Konzerten, Open-Air-Veranstaltungen und Festivals</li></ul> | (9 Punkte) |
| b) ■ Printmedien, z. B.:  |            |

- Preisausschreiben in gängigen Sport- und Jugendzeitungen
- Inserate in Hauszeitungen von Systemgastronomien
- Elektronische Medien, z. B.:
  - Web-Foren für Auszubildende und Berufsstarter
  - Web-Planspiele, z. B. „Fit im Alter“
  - Web-Lernprogramme zum Thema „Mein Vermögensaufbau“
  - themenbasierende Video-Plattformen

(6 Punkte)

c) Z. B.:

Im Rahmen einer Kampagne sollen insbesondere die Möglichkeiten der Vorsorgeprodukte der Proximus Versicherung AG im Hinblick auf niedrige Einstiegsbeiträge und flexible Einzahlungen (monatliche Beitragszahlung, individuelle Zuzahlungen usw.) dargestellt werden.

Im Rahmen der Verkaufsförderung wird eine spezielle App für junge Leute zu diesen Produkten entwickelt. Mit Hilfe der App können unterschiedliche Einzahlungen für die eigene Vorsorgesituation simuliert werden.

Die Kampagne wird über Zugriffsstatistiken und Feedbacks der Anwender gesteuert.

(5 Punkte)

## **Aufgabe 5**

Um den Absatz der Versicherungen in den Personensparten zu steigern, soll eine Werbe- und Verkaufsoffensive gestartet werden. Es ist geplant, insbesondere die Zielgruppe der jungen Menschen anzusprechen. In der Projektgruppe wird erörtert, über welche Versicherungsvermittler die Ansprache dieses Personenkreises erfolgen soll.

a) Stellen Sie dar, welche beiden Arten von Versicherungsvermittlern das VVG unterscheidet, und grenzen Sie diese voneinander ab.

(4 Punkte)

b) Erläutern Sie, in welchem Umfang der Versicherungsvermittler einen potenziellen Kunden der oben genannten Zielgruppe bei dem Vertrieb von Produkten aus den Personensparten zu beraten hat. Geben Sie dabei die gesetzlichen Vorschriften an.

(6 Punkte)

c) Stellen Sie anhand der gesetzlichen Vorschriften dar, ob und gegebenenfalls unter welchen Voraussetzungen die Proximus Versicherung AG für ein Fehlverhalten eines Versicherungsvermittlers haftet. Grenzen Sie dabei die beiden Gruppen von Versicherungsvermittlern voneinander ab.

(10 Punkte)

**Lösungshinweise Aufgabe 5**

**(20 Punkte)**

[VO: § 4 Absatz 2 Nr. 4]

a) 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 gewerbsmäßig Versicherungsverträge ab, ohne von einem Versicherer oder Versicherungsvertreter damit betraut zu sein.

**(4 Punkte)**

b) Nach §§ 6 Abs. 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 u. a.:

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

Bei der angesprochenen Zielgruppe „Junge Kunden“ kann davon ausgegangen werden, dass diese noch keine oder zumindest nur geringe Erfahrung mit Versicherungsprodukten haben. Zudem sind die Produkte aus dem Bereich der Personenversicherung 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 Kunden erforderlich sein.

**(6 Punkte)**

c) Bei einer Verletzung der Beratungspflicht durch einen Versicherungsvertreter haftet die Proximus Versicherung AG gegebenenfalls auf Schadensersatz. Als Anspruchsgrundlagen kommen § 6 Abs. 5 VVG bzw. § 280 BGB in Betracht. Voraussetzung für die Haftung ist, dass

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

Das Verschulden des Versicherungsvertreters wird der Proximus Versicherung AG gemäß § 278 BGB zugerechnet, da dieser bei der Vermittlung des Vertrages Erfüllungsgehilfe der Proximus Versicherung AG ist.

Im Falle der Verletzung der 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 gerade nicht damit betraut worden, den Versicherungsvertrag zu vermitteln.

**(10 Punkte)**

**Hinweise für den Korrektor:** Es sollen bei der Lösung die Voraussetzungen des Anspruches dargelegt werden und vor allem genau die „Weichenstellung“ bei der Eigenschaft als Erfüllungsgehilfe herausgearbeitet werden. Auf den sogenannten „Pseudomakler“ gemäß § 59 Abs. 3 S. 2 VVG muss nicht eingegangen werden.