

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: 9. April 2019

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 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 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 möchte sich im Privatkundensegment zukünftig stärker auf die wachsende Zielgruppe „Best Ager“ (Personen über 50 Jahre) ausrichten. Eine spartenübergreifende Bestandsanalyse hat ergeben, dass jeder dritte Proximus-Kunde älter als 50 Jahre ist und durchschnittlich vier verschiedene Verträge abgeschlossen hat. Außerdem ist bei der Analyse aufgefallen, dass diese Kundengruppe sich relativ selten beschwert und die Verträge überdurchschnittlich lang laufen.

Das eingesetzte Projektteam „Proxi 50+“ hat den Auftrag, ein Marketing- und Vertriebskonzept speziell für (Neu-)Kunden über 50 Jahre zu erarbeiten. Sie sind Mitglied dieses Teams.

Aufgabe 3

Die Generation „Best Ager“ will nicht als alternder Teil der Gesellschaft behandelt werden. Notwendig ist daher eine auf diese Generation ausgerichtete Strategie.

a Mögliche Punktzahl: 9

Erläutern Sie aus Sicht der Proximus Versicherung AG drei geeignete Marketingstrategien.

b Mögliche Punktzahl: 3

Aus Sicht eines Teammitgliedes besteht die Gefahr eines „Kannibalisierungseffektes“.

Erläutern Sie anhand eines Beispiels, wann ein sogenannter Kannibalisierungseffekt kaum vermeidbar ist.

c Mögliche Punktzahl: 8

Im Projektteam wird die Frage „Einzelmarken-Konzept“ vs. „Mehrmarken-Konzept“ diskutiert.

Erläutern Sie, wann ein Einzelmarken- bzw. ein Mehrmarken-Konzept vorliegt, und nennen Sie je zwei Vorteile des jeweiligen Konzeptes.

Lösungshinweise Aufgabe 3

[VO: § 4 Absatz 2 Nr. 1]

a Mögliche Punktzahl: 9

Z. B.:

- Marktdurchdringungsstrategie: Diese Strategie bezweckt die Absatzsteigerung vorhandener Produkte auf bestimmten Märkten – hier Generation „Best Ager“.
- Produktentwicklungsstrategie: Es sollen Produkte entwickelt werden, die sich auf die neuen Kundenbedürfnisse einstellen, z. B. Rentenlücke.
- Konzentrierte Nischenstrategien: Es geht hier darum, eine starke Marktstellung auf dem Teilgebiet der „Best Ager“ in der Versicherungswirtschaft zu erreichen.

Hinweis für den Korrektor: Die Strategiebezeichnungen müssen nicht genannt werden.

b Mögliche Punktzahl: 3

Z. B.:

Bei vergleichbaren Produkten (z. B. Versicherungsbedingungen, Prämien) nehmen diese sich gegenseitig Anteile weg mit dem Ergebnis: keine oder nur sehr marginale Umsatzsteigerung.

c Mögliche Punktzahl: 8

Z. B.:

- Im Rahmen des Einzelmarken-Konzeptes wird jedes Produkt unter einer eigenen Marke angeboten. Ein Vorteil liegt in der Möglichkeit, für jede Marke eine eigene und unverwechselbare Persönlichkeit sowie ein eigenes Image aufzubauen. (4 Punkte)
- Ein Mehrmarken-Konzept liegt vor, wenn ein Unternehmen mindestens zwei auf den Gesamtmarkt ausgerichtete Marken in einem Produktbereich parallel führt. Die Marken zeichnen sich dabei durch unterschiedliche Produkteigenschaften, Preise und Werbeauftritte aus.

Aufgabe 5

Die Zielgruppe „Best Ager“ benötigt wettbewerbsfähige Versicherungsprodukte. Innerhalb des Projektteams haben Sie sich für die private Pflegeergänzungsversicherung entschieden.

a Mögliche Punktzahl: 8

Beschreiben Sie zwei Möglichkeiten, das Risiko „Pflege“ ergänzend zu versichern. Gehen Sie dabei auch auf die Kalkulationsgrundlage ein.

b Mögliche Punktzahl: 6

Die sogenannte „Bahr-Pflegeversicherung“ nimmt eine besondere Rolle in der Versicherungswirtschaft ein.

Beschreiben Sie drei Voraussetzungen, um eine „Bahr-Pflegeversicherung“ abschließen zu können.

c Mögliche Punktzahl: 6

Erläutern Sie zwei Gründe, warum die Zielgruppe „Best Ager“ in Hinsicht auf das Risiko „Pflege“ besonders interessant für die Proximus Versicherung AG ist.

Lösungshinweise Aufgabe 5

[VO: § 4 Absatz 2 Nr. 4]

a Mögliche Punktzahl: 8

Z. B.:

- **Pflegetagegeldversicherung:** Es wird ein Pflegetagegeld vereinbart, das unbeachtet vom Bedarf an den Versicherungsnehmer ausgezahlt wird; Kalkulation nach Art und Weise der Krankenversicherung.
- **Pflegerentenversicherung:** Es wird die Zahlung einer monatlichen Rente vereinbart. Sie wird auch unabhängig vom Pflegebedarf gezahlt; Kalkulation nach Art und Weise der Lebensversicherung.
- **Pflegekostenversicherung:** Versichert sind die tatsächlich nachgewiesenen Pflegekosten; Kalkulation nach Art und Weise der Krankenversicherung.

b Mögliche Punktzahl: 6

Z. B.:

- Die versicherte Person muss über eine Sozialversicherungsnummer verfügen.
- Die versicherte Person darf aktuell noch keinen Pflegegrad beantragt haben.
- Die versicherte Person darf noch nie Pflegeleistungen bekommen haben.

c Mögliche Punktzahl: 6

Z. B.:

- Durch „Best Ager“ sind für das Thema: „Pflege“ aufgeschlossen.
- Lebensversicherungen, Kapitalanlagen werden bald frei. Damit besteht ein interessantes Vertriebspotenzial für Pflegeversicherungen gegen Einmalbetrag.
- Durch die sogenannte „Bahr-Pflegeversicherung“ haben auch kranke Personen Zugang zur Pflegeergänzungsversicherung, da diese ohne Gesundheitsprüfung möglich ist.
- Die Eltern von „Best Ager“ befinden sich eventuell gerade in Pflege, daher sind sie für dieses Thema aufgeschlossen.