

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: 8. April 2020

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](mailto:service@wbv.de)

## **Ausgangssituation zu allen Aufgaben**

Die Proximus Versicherung AG hat speziell für Arztpraxen, Anwaltskanzleien und andere Freiberufler eine Basis-Cyberversicherung entwickelt. Gedeckt sind unter anderem die Kosten der Datenwiederherstellung wegen Schadsoftware und Schadenersatzforderungen von Kunden wegen Datenmissbrauch. Unter der Überschrift „Cyber light für Einsteiger“ soll der Bereich „Marketing und Vertrieb“ ein Konzept für die Einführung und Ideen für die Weiterentwicklung der neuen Produktlinie erarbeiten. Sie sind Mitglied dieser Projektgruppe.

## **Aufgabe 3**

Zur Produktentwicklung werden Sie beauftragt, Informationen über die Zielgruppe zu beschaffen.

**a** **Mögliche Punktzahl: 5**

**Nennen Sie fünf Informationen, die Sie über die Zielgruppe beschaffen sollten.**

**b** **Mögliche Punktzahl: 5**

**Wählen Sie eine der von Ihnen genannten Informationen aus und beschreiben Sie, welchen Einfluss diese Rahmenbedingung auf die Marketingkonzeption hat.**

**c** **Mögliche Punktzahl: 10**

**Beurteilen Sie anhand von fünf Kriterien, ob die Basis-Cyberversicherung ein attraktives Marktsegment darstellt.**

## **Lösungshinweise Aufgabe 3**

[VO: § 5 Absatz 2 Nr. 2]

**a** **Mögliche Punktzahl: 5**

Z. B.:

- Sicherheitsvorkehrungen gegen Cyberangriffe in den Büros der Zielgruppe
- technische Ausstattung der Praxen und Kanzleien
- Wissensstand der Zielgruppe hinsichtlich Cyberrisiken
- Zahl der Freiberufler in Deutschland
- Preissensibilität der Zielgruppe
- Informationsbedarf der Zielgruppe

**b** **Mögliche Punktzahl: 5**

Z. B.:

Informationsbedarf/Wissensstand der Zielgruppe: Falls die Zielgruppe als wenig risikobewusst und versicherungsaffin eingeschätzt wird, bietet es sich an, Basisinformationen in Form von sachlich gestalteten Broschüren zu vermitteln. Für die Vermittler und im Internet könnten aktuelle Statistiken über das Thema zur Verfügung gestellt werden, z. B. über die Zahl der Angriffe, den durchschnittlichen Schaden usw.

Technische Ausstattung: Beinhaltet die Ausstattung nur minimale Vorkehrungen gegen Zugriffe durch Dritte oder auch nicht befugte Angestellte auf die Daten, könnte beispielsweise ein Selbstbehalt vereinbart werden (Produktgestaltung). Je nach Sicherheitsstandard könnten Zuschläge vereinbart werden (Preispolitik).

**c Mögliche Punktzahl: 10**

Z. B.:

- Der Markt ist gegenwärtig noch relativ unbedeutend, da die Zahl der Anbieter und Nachfrager noch gering ist.
- Prognostiziert wird ein extrem schnell wachsender Markt, da die Zahl der Cyberangriffe wächst und in der breiten Öffentlichkeit darüber berichtet wird.
- Der Wettbewerb ist aktuell noch schwach, da insbesondere kleinere Versicherungsunternehmen Cyberversicherungen (noch) nicht anbieten.
- Es bestehen hohe Markteintrittsbarrieren, da es u. a. an gesicherten Daten zur Einschätzung der Risiken fehlt.
- Die Gewinnmöglichkeiten lassen sich aktuell schwer einschätzen wegen fehlender Kalkulationsgrundlagen und hoher Einführungskosten.
- Kostenvorteile dürften sich insbesondere für diejenigen Versicherer ergeben, die sich auf die Zielgruppe des Produkts spezialisiert haben.
- Der Versicherungsbedarf ist im Wesentlichen unabhängig vom Konjunkturverlauf, da die IT-Auslastung eine untergeordnete Rolle spielt.

**Hinweis für den Korrektor:** Ein Markt ist attraktiv, wenn

- er groß ist,
- er wächst,
- der Wettbewerb gering ist,
- geringe Markteintrittsbarrieren bestehen,
- Gewinnmöglichkeiten vorhanden sind,
- Kostenvorteile generiert werden können,
- keine/geringe Abhängigkeiten von Konjunkturzyklen, Modeerscheinungen oder anderen Rahmenbedingungen bestehen.

## **Aufgabe 5**

Die Basis-Cyberversicherung für die genannten Zielgruppen ist fertig. Jetzt überlegen Sie innerhalb der Projektgruppe, wie Sie dieses Produkt schnell in den Markt bringen können.

**a** **Mögliche Punktzahl: 5**

**Nennen Sie fünf Vertriebswege.**

**b** **Mögliche Punktzahl: 4**

**Wählen Sie zwei der von Ihnen genannten Vertriebswege aus und grenzen Sie diese aus Sicht der Proximus Versicherung AG hinsichtlich ihrer vertrieblichen Steuerbarkeit und Haftung voneinander ab.**

**c** **Mögliche Punktzahl: 11**

**Entscheiden Sie sich für einen Vertriebsweg, um in kurzer Zeit ambitionierte Umsatzziele zu erreichen. Begründen Sie Ihre Entscheidung und stellen Sie jeweils zwei Vor- und Nachteile Ihrer Entscheidung heraus.**

## **Lösungshinweise Aufgabe 5**

[VO: § 5 Absatz 2 Nr. 4]

### **a Mögliche Punktzahl: 5**

Z. B.:

- Versicherungsmakler
- Mehrfachagent
- Bankenvertrieb
- Direktvertrieb
- Strukturvertrieb
- Annexvertrieb
- Versicherungsvertreter

### **b Mögliche Punktzahl: 4**

Z. B.:

Ein Versicherungsmakler vertritt die Interessen des Kunden und ist daher vertrieblich schwer steuerbar. Die Proximus Versicherung AG haftet aber nicht bei Beratungsfehlern (Stichwort: Maklerhaftung).

Der Versicherungsvertreter vertritt die Interessen des Unternehmens und ist daher vertrieblich besser steuerbar. Für evtl. Beratungsfehler steht die Proximus Versicherung AG ggf. in der Haftung (Stichwort: Auge- und Ohr-Rechtsprechung).

### **c Mögliche Punktzahl: 11**

Z. B. Strukturvertrieb (aber auch andere Vertriebskanäle sind möglich)

Ein Strukturvertrieb wird in der Regel nur auf ein Produkt geschult. So können Sie sich auf dieses Produkt spezialisieren und damit auch fokussieren. Durch gezielte Schulungen wird der Strukturvertrieb gut vorbereitet.

Vorteile:

- hoher Bekanntheitsgrad in kurzer Zeit
- hohe Stückzahlen

Nachteile:

- hohe Vertriebskosten
- hohe Stornoquote

**Hinweis für den Korrektor:** Bei nachvollziehbarer Begründung sind auch andere Lösungen möglich.