

### **Aufgabe 3**

- a) 1. Für welche Produkte liegt das meiste Know-how vor?
- Welche Vertriebswege stehen dem Unternehmen zur Verfügung?
  - Welche Kundengruppen erreichen diese Vertriebswege?
  - Passen die Produktschwerpunkte zu den Kundengruppen und den Vertriebswegen?
  - Wie sind die finanziellen Möglichkeiten, Investitionen zu tätigen?
2. Die Situation im Versicherungsmarkt ist kurz- und mittelfristig einzuschätzen:
- Welche Produkte werden nachgefragt, wo ist der größte Bedarf?
  - Wie ist die Ertragskraft dieser Produkte?
  - Welche Kundengruppen fragen diese Produkte nach?
  - Welche Vertriebsformen werden besonders erfolgreich sein?
3. Die „strategische Lücke“ ist vor dem Hintergrund von 1. und 2. zu ermitteln und die Strategie ist abzuleiten:
- Welche Markterfordernisse lassen sich mit dem geringsten Aufwand/Investitionsbedarf/Know-how-Aufbau erfüllen?
  - Bei welcher Kombination von Produktportfolio, Vertriebswegen und Kundengruppen ist der Erfolg am wahrscheinlichsten?
- b) Als künftige Ziel-Kundengruppe des Unternehmens werden die Angestellten mit mittlerem und niedrigem Einkommen festgelegt, zu denen die vorhandene Ausschließlichkeitsorganisation einen guten Zugang hat.

Diese Kunden werden vor allem Policen mit geringem Beitragsvolumen abschließen, sodass deren Stück-Deckungsbeitrag nicht sehr hoch sein wird. Um das Unternehmen insgesamt in der Gewinnzone zu halten, ist es deshalb unbedingt notwendig, die Fixkosten zu senken. Hierzu werden die Produkte und die Geschäftsprozesse künftig in hohem Maße standardisiert.