

# Bundeseinheitliche Weiterbildungsprüfung

der Industrie- und Handelskammern

## Lösungshinweise

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

- **Handlungsbereich** Marketing und Vertrieb von Versicherungs- und Finanzprodukten für Privatkunden
- **Prüfungstag** 22. April 2015

# Bundeseinheitliche Weiterbildungsprüfung

## Hinweise für den Korrektor:

- Die folgenden Lösungen sind lediglich Lösungshinweise und keine Musterlösungen.
- Sie sollen nur den Rahmen der zu erwartenden Prüfungsleistung abstecken.
- Der Korrektor ist durch die hier aufgeführten Lösungshinweise in seinem Bewertungsspielraum nicht eingengt.
- 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:

W. Bertelsmann Verlag 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 den Aufgaben 1 bis 4:

Die PROXIMUS Versicherung AG verzeichnet einen Rückgang der Anzahl ihrer Vermittler. Hierbei könnte es sich um Auswirkungen der Beratungs- und Dokumentationspflichten handeln, die sich erst jetzt auffällig bemerkbar machen. Um dies genauer zu analysieren und Gegenmaßnahmen einzuleiten, wurde eine einjährige Arbeitsgruppe gegründet, die dem Marketing- und Vertriebsvorstand hierzu zeitnah berichten soll. Sie sind Teammitglied dieser Arbeitsgruppe.

### Aufgabe 1

Um in den kommenden Jahren einen Nachwuchs-Pool für Vertriebsaufgaben zu generieren, steht bei der PROXIMUS Versicherung AG die gezielte Ansprache junger Menschen im Vordergrund. Dazu wird unter Ihrer Leitung in der Arbeitsgruppe 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 Generation“ ausgerichtet ist. (9 Punkte)

b) Entwickeln Sie zielführende Ideen zur Kontaktaufnahme zu möglichen Bewerbern, (6 Punkte)

- eine im Bereich der Printmedien und
- eine im Bereich der elektronischen Medien.

c) Die Teilnehmer der Arbeitsgruppe sind der Ansicht, dass mit gezielten Kampagnen das Image der Versicherungsbranche nachhaltig verbessert werden kann. (5 Punkte)

Entwickeln Sie stichwortartig eine Kampagne zur Erhöhung der Attraktivität des Vermittlerberufes, um die Berufswahl zugunsten des Versicherungsaußendienstes positiv zu beeinflussen.

### Lösungshinweise Aufgabe 1

[VO: § 4 Absatz 2 Nr. 3]

(20 Punkte)

- a)
  - Werbung, z. B.:  
Plakatierung in den Ballungsräumen mit einer neuen Kampagne „Karriere-Chancen im Versicherungsvertrieb“ usw.
  - Verkaufsförderung, z. B.:  
Entwicklung eines Analyse- und Beratungstools als interaktive Kontaktmöglichkeit (Internet, App für Smartphones/Tablets usw.)
  - Persönliche Ansprache, z. B.:  
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.)

- Öffentlichkeitsarbeit (Public Relations), z. B.:

aktive Beteiligung an Sport- und Kulturveranstaltungen der jungen Generation, also bei Trendsportarten, Wettbewerben, Konzerten, Open-Air-Veranstaltungen und Festivals

(9 Punkte)

- b) ▪ Printmedien, z. B.:

- Infoheft-Reihe zum Thema „Berufsstart – Bewerbungstraining – Karriere-pla-nung“ usw.
- Preisausschreiben in gängigen Sport- und Jugendzeitungen
- Inserate in Hauszeitungen von McDonalds, Burger King usw.
- Anschreiben mit gezielten Informationen zu Berufsförderungsmaßnahmen und Fördermitteln

- Elektronische Medien, z. B.:

- Web-Foren für Auszubildende und Berufsstarter
- Web-Planspiele, z. B. „Aufbau einer Selbstständigkeit“
- Web-Lernprogramme zum Thema „Stil & Etikette“
- themenbasierende Video-Plattformen (Rollenspiele usw.)

(6 Punkte)

- c) Z. B.:

- Eine Initiative im Bereich der ökologischen Verantwortung des Unternehmens beweist den Anspruch an Nachhaltigkeit und kann die zukunftsorientierte Unternehmensephilosophie der PROXIMUS Versicherung AG sehr verständlich transportieren.
- Imagekampagne mit Broschüren zu Attraktivität, Karrierechancen und Verdienstmöglichkeiten im Versicherungsaußendienst; Einsatz der Broschüren z. B. bei Besuchsmessen und Azubi-Tagen
- Das Auftreten als Hauptsponsor einer Live-Veranstaltung mit Nachwuchsbands bleibt als positives Highlight lange in guter Erinnerung und kann immer wieder als Anlass zur Kontaktaufnahme genutzt werden.

(5 Punkte)

## Aufgabe 2

Vor dem Hintergrund, dass die Zahl der potenziellen gewerbsmäßigen Vermittler in letzter Zeit erheblich zurückgegangen ist, sollen Sie die Gründe hierfür herausfinden. Als eine Ursache vermuten Sie die verschärften rechtlichen Vorgaben.

- a) Nennen Sie die vier Voraussetzungen für eine Berufszugangsregelung.
- b) Erläutern Sie anhand von drei Aspekten, was unter einer anlassbezogenen Beratung des Kunden zu verstehen ist.
- c) Erläutern Sie, ob und in welchem Umfang bei jeder Antragsaufnahme vom Vermittler eine Dokumentation anzufertigen ist.
- d) Beschreiben Sie, unter welchen Voraussetzungen ein Vermittler dem Kunden gegenüber zum Schadenersatz verpflichtet sein könnte, und geben Sie ein Beispiel.

(4 Punkte)

(6 Punkte)

(4 Punkte)

(6 Punkte)

## Lösungshinweise Aufgabe 2

[VO: § 4 Absatz 2 Nr. 3]

(20 Punkte)

- a)
  - Zuverlässigkeit
  - geordnete Vermögensverhältnisse
  - Berufshaftpflichtversicherung oder Haftungsübernahme des Versicherers
  - Sachkundenachweis
- b) Z. B.:
  - Erfragen der Wünsche und Bedürfnisse, z. B.:
    - Versorgungslücken
    - Versicherungswerte
    - mögliche Gefahren
  - Vorliegen eines bestimmten Befragungsanlasses, z. B.:
    - Komplexität des Produktes
    - Komplexität des benötigten Versicherungsschutzes
  - Vorkenntnisse des Kunden, z. B.:
    - bestehende Verträge
    - berufliches Umfeld
  - besondere Situation des Kunden, z. B.:
    - Änderung des Familienstandes
    - Betriebsvergrößerung
- c) Grundsätzlich ist eine Dokumentation anzufertigen, mit folgenden Erläuterungen:
  - Beratungsinhalte → Rat und Begründung
  - klar und verständlich
  - Textform
  - vor Vertragsabschluss an den Kunden zu übermitteln (Ausnahme: vorläufige Deckung oder anderweitiger Wunsch des Kunden)

Ausnahme: Verzicht des Kunden durch gesonderte schriftliche Erklärung
- d) Schadenersatzpflicht besteht für Verletzungen der Verpflichtung zur anlassbezogenen Beratung, die beim Kunden zu einem Vermögensschaden führt. Die Pflichtverletzung muss der Vermittler zu vertreten haben, sie erfolgte also schuldhaft.
- Hinweis für den Korrektor:**
  - Pflichtverletzung
  - Vermögensschaden
  - Kausalität
  - Verschulden
- Z. B.:
  - Der Vermittler vergisst, die Vollkaskoversicherung anzubieten, obwohl ihm der Kunde ausdrücklich gesagt hat, dass er sich einen teuren Neuwagen gekauft hat. Der Kunde verursacht einen Unfall mit Fahrzeugschaden.

(4 Punkte)

(6 Punkte)

(4 Punkte)

## GEPRÜFTE/-R FACHWIRT/-IN FÜR VERSICHERUNGEN UND FINANZEN

Marketing und Vertrieb von Versicherungs- und Finanzprodukten für  
Privatkunden

IHK

- Der Vermittler vergisst, dem jungen Berufsanfänger eine Berufsunfähigkeitszusatzversicherung anzubieten, obwohl er vom Kunden ausdrücklich auf das Berufsunfähigkeitsrisiko hingewiesen wurde. Der Kunde wird kurz darauf berufsunfähig.

(6 Punkte)