

Bundeseinheitliche Weiterbildungsprüfung

der Industrie- und Handelskammern

Lösungshinweise

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

- Handlungsbereich Vertriebsmanagement
- Prüfungstag 25. April 2016

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

Ausgangssituation zu allen Aufgaben

„Die Zahlen sprechen für sich!“

Seit einigen Jahren nimmt die Anzahl der Versicherungsvertreter zwar langsam, aber kontinuierlich ab.

Dies trifft nicht nur die Unternehmen mit einem Ausschließlichkeitsvertrieb, sondern auch alle anderen Versicherer, die sich für den Vermittlervertrieb entschieden haben. Nach wie vor werden die meisten Versicherungen über den Vermittlervertrieb abgeschlossen und können in absehbarer Zeit nicht über den Direktvertrieb aufgefangen werden. In Zukunft wird ein verstärkter Wettbewerb um geeignete Vertriebsmitarbeiter stattfinden.

Sie sind Mitarbeiter einer Arbeitsgruppe, die nun untersuchen soll, welche Entscheidungen das Vertriebsmanagement treffen muss und wie die PROXIMUS Versicherung AG diese Aufgabe bewältigen kann.

Aufgabe 1

Eine begleitende Maßnahme bei der verstärkten Ansprache von jungen Ausschließlichkeitsvermittlern aus dem Wettbewerb ist eine attraktive Aufwertung der Regionalbüros. Im Vordergrund stehen dabei die Planung und Budgetierung der Ausstattung der Vermittlerbüros, insbesondere der Werbemittel und der Schaufensterdekorationen. Sie als Mitglied der Arbeitsgruppe haben die Aufgabe, den gezielten Einsatz der zusätzlich gewährten Mittel zu koordinieren.

- | | |
|--|------------|
| a) Nennen Sie vier Werkzeuge der Öffentlichkeitsarbeit (Public Relations). | (4 Punkte) |
| b) Beschreiben Sie drei mögliche Ziele, die mit einer verbesserten regionalen Öffentlichkeitsarbeit (Public Relations) grundsätzlich erreicht werden können. | (9 Punkte) |
| c) Beschreiben Sie zwei typische Ansätze für die Budgetierung von Public-Relations-Maßnahmen, wie sie bei Vermittlerbetrieben zur Anwendung kommen können. | (6 Punkte) |
| d) Erläutern Sie zwei Faktoren, die den Erfolg einer neu gestalteten Innen- bzw. Außenwerbung sicherstellen. | (6 Punkte) |

Lösungshinweise Aufgabe 1

[VO: § 5 Absatz 2 Nr. 4]

(25 Punkte)

- | | |
|---|--|
| a) Z. B.: | |
| ▪ Messen, Ausstellungen | |
| ▪ Feste, Events | |
| ▪ Wettbewerbe, Verlosung, Preisausschreiben | |
| ▪ Stiftung, Sponsoring | |
| ▪ Pressespiegel, Pressekonferenzen | |
| ▪ Podcasts, Blogs, Newsletter | |
| ▪ Kundenzeitung, Mitarbeiterzeitung | |

(4 Punkte)

b) Z. B.:

- Erhöhung des Bekanntheitsgrades im Umfeld des Vermittlerbetriebes
- Nutzung des Vertrauensvorschlusses gegenüber der Marke PROXIMUS
- Erhöhung der Professionalität im Auftritt gegenüber regionalen Mitbewerbern
- Möglichkeit zur direkten Ansprache von Zielgruppen (z. B. Berufsstarter, Familien, Selbstständige, Freiberufler, Landwirte, Senioren usw.)
- Besetzung aktueller Themen (z. B. Pflegenotstand, Zinsentwicklung am Kapitalmarkt, demografischer Wandel, Konjunkturdaten, Klimawandel usw.)

(9 Punkte)

c) Z. B.

- Intuitive Planung:
Ohne tiefgehende Analyse und Planung werden temporär Etats für Marketingaktivitäten festgelegt (keine Jahresplanung – eher impliziert).
- Explizite Planung:
Nach vorhergehender Analyse (Stärken- und Schwächen-Profil) werden Marketingziele definiert und mit einer Strategie umgesetzt. Die Kosten werden konkret den daraus resultierenden Ergebnissen gegenübergestellt.
- Heuristische Planung:
Die Vorjahreswerte (z. B. Sponsorengelder) werden abhängig vom erzielten Ergebnis und den Erwartungen leicht modifiziert für das laufende Geschäftsjahr übernommen.
- Keine Planung:
Die Mittel werden, wenn vorhanden, eher spontan und ohne klare Zielsetzung für einzelne Maßnahmen (z. B. Tag der offenen Tür zum Jubiläum) eingesetzt.

(6 Punkte)

d) Z. B.:

- Aufgrund der festzustellenden Reizüberflutung durch die Medien ist ein regelmäßiger Themenwechsel in den Schaufenstern und Verkaufsräumen der Vermittlerbetriebe sinnvoll. Bewährt hat sich ein Rhythmus, sodass über ein Geschäftsjahr verteilt aktuelle bzw. saisonale Themen in der Dekoration umgesetzt werden. Hierzu könnte ein Poolangebot eingerichtet werden, um alle Teilnehmer zeitgleich mit den neuen Elementen auszustatten.
- Sinnvoll ist die Beachtung des/der CD/CI (Corporate Design/Corporate Identity) der PROXIMUS Versicherung AG, um einen permanenten Wiedererkennungseffekt und damit einen professionellen Marktauftritt zu gewährleisten. Gerade die abgestimmte Verwendung von Logos, Farben und Schriften verstärkt diesen Effekt und erhöht die Identifikation und das Zugehörigkeitsgefühl bei den Vermittlern und Kunden.

(6 Punkte)

Aufgabe 2

Nach einer Marktanalyse kommt Ihre Arbeitsgruppe zu dem Ergebnis, dass der Wettbewerb um geeignete Vermittler sehr stark von den Vergütungs- und Anreizsystemen, die die Versicherungsunternehmen anbieten, abhängt. Insbesondere sind der Führungsstil, die Motivation und die arbeitsvertraglichen Regelungen ausschlaggebende Faktoren für die Akquise von Potenzialträgern.

- a) Beschreiben Sie der Geschäftsleitung zwei unterschiedliche Führungsstile und nennen Sie je einen Vor- und einen Nachteil. (8 Punkte)
- b) Erläutern Sie der Arbeitsgruppe das sogenannte Zwei-Faktoren-Modell und begründen Sie, welche Motivation stärker wirkt. (7 Punkte)
- c) In der Arbeitsgruppe wird das Thema soziale Gerechtigkeit diskutiert. Stellen Sie fünf Anforderungen an die soziale Gerechtigkeit dar, die der Manteltarifvertrag für das private Versicherungsgewerbe in einem gewissen Rahmen erfüllt. (10 Punkte)

Lösungshinweise Aufgabe 2

[VO: § 5 Absatz 2 Nr. 2]

(25 Punkte)

- a) **Autoritärer Führungsstil:**
Die Mitarbeiter sind gegenüber dem Vorgesetzten zum Gehorsam verpflichtet.
- Vorteil, z. B.: enge Führung, dadurch Erhöhung der Arbeitsintensität
 - Nachteil, z. B.: kein selbstständiges, eigenverantwortliches Handeln durch den jeweiligen Mitarbeiter
- **Demokratischer (kooperativer) Führungsstil:**
Mitarbeiter werden in Entscheidungen einbezogen und ihre Argumente werden ernst genommen.
- Vorteil, z. B.: Entwicklung eigener Antriebe, um die Ziele zu erreichen (Stichwort: Eigenmotivation)
 - Nachteil, z. B.: Überforderung der Mitarbeiter, da eigene kreative Ideen für die Erreichung des Zieles erforderlich sind
- Hinweis für den Korrektor:** Auch andere Führungsstile sind zulässig, z. B. Laissez-fair, mit jeweiligem Vor-/Nachteil.
- b) **Unterscheidung nach extrinsischer und intrinsischer Motivation**
- extrinsisch → wirkt von außen
 - intrinsisch → wirkt von innen heraus
 - Intrinsische Motivation wirkt stärker, da diese im Menschen selbst angelegt ist und von äußeren Einflussfaktoren unabhängig ist.
 - Extrinsische Motivation wirkt situativ stärker, da damit für einen bestimmten Zeitraum ein äußerer Einfluss zur Zielerreichung vorhanden ist (z. B. materiell → Geld).
- (8 Punkte)
- (7 Punkte)

Hinweise für den Korrektor: Eine plausible Begründung der Motivationswirkung ist zu bewerten. (Extrinsische und intrinsische Motivationen sind mit jeweiliger Begründung gültig.)

Auch das Motivationsmodell „Herzberg“ ist als richtig zu bewerten.

- c)
- Mindesteinkommen mit einem unverrechenbaren Anteil und mit Anhebung nach zweijähriger ununterbrochener Betriebszugehörigkeit
 - Sozialzulage für Bezieher geringer Einkommen, die z. B. verheiratet sind
 - Sonderzahlung i. H. v. 80 % des Durchschnittseinkommens des Vorjahres, sofern bestimmte Einkommensgrenzen nicht überschritten werden
 - Anspruch auf tarifliche Elternzeit
 - Lohnfortzahlung im Krankheitsfall
 - Lohnfortzahlung im Urlaub

Hinweis für den Korrektor: Fünf Anforderungen müssen dargestellt werden.

(10 Punkte)