

# 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** 18. 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](mailto:service@wbv.de)

## Ausgangssituation zu allen Aufgaben

Der Vorstand der PROXIMUS Versicherung AG überlegt, das Geschäftsgebiet des Unternehmens zu erweitern. Die Erweiterung soll sich hierbei nicht nur auf Europa – neben den bereits bestehenden Gesellschaften – beschränken. Die Geschäftsleitung hat das Strategieziel, im Rahmen der Unternehmensentwicklung „Global Player“ zu werden.

Zur Analyse der zur Erweiterung notwendigen Unternehmensprozesse werden verschiedene Projektgruppen eingerichtet. Sie sind Mitglied der Arbeitsgruppe Vertrieb.

### Aufgabe 1

Ihnen liegen Statistiken vor, dass in Deutschland nur wenige Erwerbstätige eine Berufsunfähigkeitsversicherung abgeschlossen haben. Da dieses Risiko alle Angestellten und Selbstständigen treffen kann, möchten Sie im Rahmen Ihrer Strategie „Global Player“ diese Versicherung in Europa forcieren.

Sie beschließen daraufhin, dass das Produkt „Berufsunfähigkeitsversicherung“ stark in den Fokus der Werbung gestellt werden soll.

- a) Beschreiben Sie, welche zwei Leistungen bei Berufsunfähigkeit erbracht werden. (4 Punkte)
- b) Nennen Sie vier Versicherungsausschlüsse bei der Berufsunfähigkeitsversicherung. (4 Punkte)
- c) Beschreiben Sie, ab wann im Versicherungsfall Anspruch auf eine Berufsunfähigkeitsrente besteht. (2 Punkte)

Die PROXIMUS Versicherung AG gibt im Tarif S 35 eine Einteilung in Berufsgruppen vor.

- d) Nennen Sie diese und geben Sie auch die Auswirkungen auf die Beitragshöhe an. (6 Punkte)
- e) Geben Sie an, welcher Beruf nach einem Berufswechsel bei Eintritt des Versicherungsfalles versichert ist. (2 Punkte)

### Lösungshinweise Aufgabe 1

[VO: § 5 Absatz 2 Nr. 4]

(18 Punkte)

- a) Z. B.:
  - Zahlung der vereinbarten Berufsunfähigkeitsrente
  - Befreiung des Versicherungsnehmers von der Beitragszahlungspflicht

(4 Punkte)

- b) Z. B.:
  - Strahlen infolge von Kernenergie
  - absichtliche Selbstverletzung
  - innere Unruhen
  - vorsätzliche Ausführung oder Versuch einer Straftat
  - unmittelbare Kriegereignisse
  - Einsatz von atomaren, biologischen oder chemischen Waffen

(4 Punkte)

- c) Der Anspruch auf Beitragsbefreiung und Rentenzahlung entsteht mit Ablauf des Monats, in dem die Berufsunfähigkeit eingetreten ist. (2 Punkte)
- d)
  - Kaufmännische Berufe = Normaltarif
  - Akademische Berufe = 20 % Abschlag auf Normaltarif
  - Handwerkliche Berufe = 30 % Zuschlag auf den Normaltarif (6 Punkte)
- e) Versichert ist immer der zuletzt vor Eintritt des Versicherungsfalles ausgeübte Beruf in seiner jeweiligen Ausprägung. (2 Punkte)

## Aufgabe 2

Die veränderte Strategie hat auch Auswirkungen auf bestehende Kundenbeziehungen. Der Vorstand hat die Sorge, dass sich durch ein verändertes Image die Kundenbindung negativ verändern könnte. Aus diesem Grund möchte er den Strategieprozess mit einer entsprechenden Begleitung durch Marktforschung unterstützen. In der ersten Projektsitzung zu diesem Teilprojekt müssen zunächst ein paar grundlegende Fragen geklärt werden, auf die Sie sich vorbereiten.

- a) Beschreiben Sie die beiden grundlegenden Methoden der Marktforschung, die Ihnen zur Verfügung stehen, und nennen Sie jeweils zwei Vor- und Nachteile. (6 Punkte)
- b) Beschreiben Sie das Panel als Instrument der Marktforschung. (4 Punkte)
- c) Erläutern Sie zwei Probleme, die bei einem Einsatz eines Panels entstehen können, und geben Sie je zwei unterschiedliche Beispiele an. (10 Punkte)

## Lösungshinweise Aufgabe 2

[VO: § 5 Absatz 2 Nr. 2]

- a) Die beiden Bereiche sind die Primär- und Sekundärforschung.
- Sekundärforschung bedient sich bereits vorhandener Informationen.
    - Vorteile:
      - methodisch einfach
      - kostengünstig
      - wenig zeitintensiv
    - Nachteile:
      - Daten sind in der Regel nicht auf das eigentliche Problem zugeschnitten.
      - Gefahr von Interpretationsfehlern
      - Quellen nicht hinreichend bekannt
  - Primärforschung ist die Gewinnung von Informationen, die originär für die Problemstellung erhoben werden.

Die Vor- und Nachteile ergeben sich aus der Umkehr der Vor- und Nachteile zur Sekundärforschung.

(6 Punkte)

b) Panels sind

- Untersuchungen, die bei einem
- gleichbleibenden Personenkreis
- über einen längeren Zeitraum hinweg
- zum gleichen Erhebungsgegenstand

durchgeführt werden.

(4 Punkte)

c) ▪ Paneleffekt:

Der Paneleffekt beinhaltet, dass die Panelteilnehmer (möglicherweise unbewusst) ihr Verhalten verändern, da sie durch die langfristig angelegte Befragung erst auf bestimmte Themen aufmerksam gemacht werden.

Z. B.:

- Fehler bei der Auswahl der Gruppe der Befragten
- Fragestellung nicht zielgerichtet
- Die Motivation der Befragten sinkt.

▪ Panelsterblichkeit:

Unter Panelsterblichkeit versteht man den Ausfall von Panelteilnehmern. Wenn die Teilnehmer des Panels langfristig nach und nach ersetzt werden müssen, entsteht eine wechselnde Stichprobe, was die Validität und die Repräsentativität gefährdet. Deshalb müssen die Nachrücker in den Merkmalsausprägungen denjenigen der Stichprobe und somit denjenigen der Gesamtheit entsprechen.

Z. B.:

- Lerneffekt bei den Befragten
- nachlassendes Interesse
- Umzug der Befragten
- krankheitsbedingter Ausfall
- Kündigung der Kundenbeziehung

(je Beschreibung 3 Punkte, je Beispiel 1 Punkt, max.

10 Punkte)