

# Bundeseinheitliche Weiterbildungsprüfung der Industrie- und Handelskammern

Prüfungsteilnehmer-Nummer

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

<b>Handlungsbereich</b>	Vertriebsmanagement
<b>Prüfungstag</b>	18. Oktober 2017
<b>Bearbeitungszeit</b>	75 Minuten
<b>Anzahl der Aufgaben</b>	4

Bitte prüfen Sie vor Beginn der Prüfung die Vollständigkeit des Aufgabensatzes. Sollte der Aufgabensatz nicht vollständig sein, informieren Sie bitte die Aufsicht.

### Bearbeitungshinweise:

Bitte lesen Sie die nachfolgenden Bearbeitungshinweise sorgfältig durch:

- Die zur Prüfung zugelassenen Hilfsmittel wurden Ihnen separat mit der Einladung mitgeteilt.
- Sie erhalten einen Aufgaben- und einen Lösungsteil.
- Tragen Sie auf dem Deckblatt Ihre Prüfungsteilnehmer-Nummer ein.
- Die maximale Gesamtpunktzahl der Lösungen beträgt 100 Punkte.
- Die Lösungsgänge bzw. Rechenvorgänge sind klar und nachvollziehbar im Lösungsteil darzustellen. Sollte der Platz nicht ausreichen, benutzen Sie bitte das Konzeptpapier, verweisen Sie auf die Fortsetzung und kennzeichnen Sie diese. Wir weisen darauf hin, dass eine vom Prüfungsausschuss nicht lesbare Prüfungsarbeit mit der Note „ungenügend“ (null Punkte) bewertet wird mit den Rechtsfolgen, die sich aus der Prüfungsordnung ergeben.
- Verwenden Sie für jede Aufgabe ein neues Lösungsblatt bzw. eine neue Lösungsseite.
- Falls die Lösung auf einem beigefügten Anlageblatt erfolgen soll, wird in der Aufgabenstellung darauf hingewiesen.
- Für Ihre Notizen benutzen Sie bitte ausschließlich das Konzeptpapier.
- Das Konzeptpapier ist mit dem Aufgaben- und dem Lösungsteil abzugeben.
- Bei Aufgaben, die eine Aufzählung von n-Fakten zur Lösung erfordern, werden nur die ersten n-Fakten gewertet. Alle darüber hinausgehenden Aufzählungen werden gestrichen.

## Ausgangssituation zu allen Aufgaben

Aufgrund der zunehmenden Digitalisierung in allen gesellschaftlichen Bereichen beauftragt die Unternehmensleitung der PROXIMUS Versicherung AG das Projektteam „Vertriebsmanagement Digitalisierung“, die Auswirkungen auf die Vertriebswege und die Kundenkommunikation zu untersuchen sowie eine Strategie für die nächsten fünf Jahre abzuleiten.

Sie sind Mitglied der Projektgruppe.

## Aufgabe 2

Die Projektgruppe „Vertriebsmanagement Digitalisierung“ der PROXIMUS Versicherung AG hat die Aufgabe, die Auswirkungen der Digitalisierung auf den Vertrieb und den Betrieb zu analysieren.

- |   |             |
|---|-------------|
| a) Wählen Sie zwei Vertriebswege aus und beschreiben Sie deren Einfluss auf die vertrieblichen Prozesse anhand von jeweils zwei Beispielen.               | (10 Punkte) |
| b) Unterscheiden Sie strategisches und operatives Controlling und nennen Sie zwei strategische Ziele, die mit der Digitalisierung verfolgt werden können. | (6 Punkte)  |
| c) Nennen Sie drei Kundenbindungsinstrumente und stellen Sie jeweils dar, wie diese durch die Digitalisierung unterstützt werden können.                  | (9 Punkte)  |

## Lösungshinweise Aufgabe 2

(25 Punkte)

[VO: § 5 Absatz 3 Nr. 1]

- a) Einfirmenvertreter (§ 84 HGB), Mehrfachvertreter, Makler, angestellter Außendienst, Direktvertrieb

Auswirkungen auf Kundenkontaktmanagement, Terminakquise, Telefonakquise, Terminplanung, Routenplanung, Wiedervorlagen und Vorbereitung von Verkaufsaktionen

Z. B. Versicherungsmakler:

Immer mehr Vergleichsplattformen treten in Konkurrenz zu den klassischen Vertriebswegen und nutzen dabei das prinzipiell hohe Potenzial der Digitalisierbarkeit der Angebote und Services. Ähnlich wie beim Versicherungsmakler stellen die neuen Anbieter mehr Transparenz her und schaffen Vergleichbarkeit. Der Versicherungsmakler muss daher den Wert seiner Dienstleistung stärker herausstellen.

(10 Punkte)

**Hinweis für den Korrektor:** Alle plausiblen Antworten, die sich mit diesen (o. g.) Themenbereichen beschäftigen und den Einsatz von digitalen Medien/Techniken (insbesondere deren Kombination) beschreiben, können als richtig gewertet werden.

b) ■ Strategisches Controlling bedeutet, dass das Controlling die oberste Unternehmensleitung und die strategischen Zielsetzungen unterstützt, kontrolliert und Strategieänderungen vorschlägt. Dies ist eher langfristig angelegt.

■ Operatives Controlling befasst sich mit kurz- bis mittelfristigen, unmittelbar messbaren und damit ergebnisrelevanten Zielen.

■ Strategische Ziele, z. B.:

- Marktanteil der Online-Abschlüsse steigern
- Digitalisierungsoffensive in der Weiterbildung
- Marktführer Digitalisierung

(6 Punkte)

c) Z. B.:

- Das Regulierungsverhalten wird unterstützt durch z. B. Abrechnungs-Apps, Online-Schadenmeldung.
- Der Einsatz von Kundenbindungsmaßnahmen wird unterstützt durch z. B. Rabatte bei Online-Abschlüssen, Kundenportal.
- Flexibilität auf der Produktseite erhöht, z. B. Möglichkeiten der kurzfristigen Ausschnittsdeckung über Apps/Internetanbieter.
- Das Kommunikationsverhalten wird unterstützt durch z. B. Newsletter, Apps, Kundenportal.

(9 Punkte)

## Aufgabe 4

Als Mitglied der Projektgruppe „Vertriebsmanagement Digitalisierung“ der PROXIMUS Versicherung AG zeichnen Sie für den Bereich der einzelnen Vertriebswege verantwortlich. Sie haben unter anderem die Projektverantwortung unter dem Stichwort „Digitalisierung der Vergütungssysteme“.

a) Zielvereinbarungen sind Bestandteile von Vergütungssystemen.

Beschreiben Sie sechs Kriterien, wie eine Zielvereinbarung inhaltlich gestaltet sein muss.

(12 Punkte)

b) Nennen Sie drei im Versicherungsvertrieb aktuell eingesetzte Vergütungssysteme und stellen Sie je einen Vor- und Nachteil des jeweiligen Vergütungssystems dar.

(9 Punkte)

c) Erläutern Sie zwei Anforderungen an ein modernes, vertriebsorientiertes Vergütungssystem, das auch die Digitalisierung berücksichtigt.

(4 Punkte)

## Lösungshinweise Aufgabe 4

(25 Punkte)

[VO: § 5 Absatz 3 Nr. 2]

a) Z. B.:

- Förderung der Motivation des Vermittlers, da Identifikation mit den gesetzten Zielen (z. B. Einsatz von digitalen Medien)
- Der Vermittler behält eine größere Entscheidungsfreiheit bezüglich der Wahl der Mittel zur Umsetzung der Ziele, aber beim Einsatz von Online-Anträgen eine höhere Provision, oder Teilnahme an Wettbewerben usw.
- Klarheit der Messgrößen, da mit dem Vermittler vereinbart

- bei Zielerreichung Belohnungssystem (z. B. höhere Vergütung, Incentive, Seminare), Wettbewerbscharakter
- Ziele werden nicht vorgegeben, sondern gemeinsam festgelegt.
- Ziele sind objektiv und subjektiv erreichbar, was die Akzeptanz durch den Vermittler fördert; Strategie der kleinen Schritte; alle Mitarbeiter sollen „mitgenommen“ werden, den Umbruch von analog zu digital umzusetzen.
- Transparenz durch Klarheit des Unternehmenszieles

(12 Punkte)

b) Z. B.:

### Abschlussprovision:

Vorteil, z. B.: Der Vermittler kann durch hohe oder viele Abschlüsse seine eigene Vergütung positiv beeinflussen.

Nachteil, z. B.: Die Beratung des Kunden durch den Vermittler erfolgt provisionsorientiert.

### Bestandspflegeprovision:

Vorteil, z. B.: Der Vermittler bekommt auch für die Pflege und laufende Betreuung seiner Kundenbestände eine angemessene Vergütung.

Nachteil, z. B.: Wenn der Vermittler allein von Bestandspflegeprovisionen leben kann, wird evtl. die Gewinnung neuer Kunden vernachlässigt.

### Provisionsgarantien:

Vorteil, z. B.: i. d. R. feste monatliche Zahlungen über einen zeitlich befristeten Zeitraum, um z. B. den (Neu-)Aufbau einer Agentur zu unterstützen

Nachteil, z. B.: Durch (zu hohe) Garantien kann die Motivation des Vermittlers, Neugeschäft zu generieren, leiden, da diese Garantien i. d. R. mit der Abschlussprovision verrechnet werden.

(9 Punkte)

c) Z. B.:

- Bestandssicherung durch Kopplung der Bestandsvergütung der Agentur an z. B. den Nettoneuzugang/Abgang papierlos abgeschlossener Produkte
- Ertragsorientierung fördern, z. B. besondere Provisionsregelungen für den Abschluss von Produkten über Technik (z. B. DigiPad, Tablet)
- Unterstützung der mittel- und langfristigen Ziele des Unternehmens, z. B. Abschluss von Neuverträgen oder Verlängerungen ausschließlich über digitalen Abschluss (kein Papier)

(4 Punkte)