

Fachwirt/in für Versicherungen und Finanzen

Modulkatalog¹



¹ Nicht angeboten (PM): „Rückversicherung“ und „Finanzdienstleistungen für Privat und Gewerbetunden“
Nicht angeboten (BK): „Risikomanagement“ und „Schaden- und Leistungsmanagement“

STEUERUNG & FÜHRUNG IM UNTERNEHMEN

Grundlegende Qualifikation

<p>1.1 Grundzüge der Unternehmenssteuerung erläutern und Auswirkungen strategischer Entscheidungen reflektieren</p>	<p>1.1.1 Gründung, Expansion 1.1.2 Entscheidungssituationen 1.1.3 Entscheidungskriterien 1.1.4 Entscheidungsmodelle 1.1.5 Funktionsbereiche im Versicherungs-unternehmen 1.1.6 Risiko und Solvabilitätsbedarf 1.1.7 Versicherungstechnische Grundlagen 1.1.8 Risiko und Rückversicherung 1.1.9 Kapitalbedarf und Finanzierungsquellen 1.1.10 Rahmenbedingungen und Beurteilungskriterien der Vermögensanlage 1.1.11 Kosten- und Leistungsrechnung</p>
<p>1.2 Auswirkungen rechtlicher Vorschriften auf Finanzdienstleistungsunternehmen erläutern</p>	<p>1.2.1 Aufsichtsrechtlicher Rahmen für den Aufbau und die Entwicklung von Versicherungskonzernen 1.2.2 Kapitalausstattung – Solvabilität 1.2.3 Aufsichtssystem in der EU</p>
<p>1.3 Auswirkungen volkswirtschaftlicher Zusammenhänge und Entwicklungen auf Finanzdienstleistungsunternehmen erläutern</p>	<p>1.3.1 Finanzdienstleistungen in der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung 1.3.2 Kennzeichen von Versicherungsmärkten 1.3.3 Allgemeine mikroökonomische Grundlagen der Preistheorie/ -politik 1.3.4 Gesetze/ ausgehandelte Preise (Prämien) in der Assekuranz 1.3.5 Wirkungen und Grenzen der Wirtschaftspolitik/ Fiskalpolitik 1.3.6 Geldpolitik 1.3.7 Außenwirtschaftspolitik/ europäische Wirtschaftspolitik</p>
<p>1.4 Auswirkungen unternehmerischer Entscheidungen auf die betriebliche Rechnungslegung darstellen</p>	<p>1.4.1 Aufgaben der externen Rechnungslegung von Versicherungsunternehmen 1.4.2 Ausweis wichtiger Geschäftsvorgänge 1.4.3 Kennzahlenanalyse</p>
<p>1.5 Auswirkungen von Veränderungen in der Aufbau- und Ablauforganisation darstellen</p>	<p>1.5.1 Methodik von Organisationsentscheidungen 1.5.2 Aufbauorganisation 1.5.2.3 Matrix-Organisation 1.5.3 Ablauforganisation und Verknüpfung mit der Aufbauorganisation</p>
<p>1.6 Funktionsbereiche der Personalwirtschaft erläutern und Instrumente der Personalwirtschaft anwenden</p>	<p>1.6.1 Personalplanung 1.6.2 Personalbeschaffung, -einsatz, -freisetzung 1.6.3 Personalentwicklung 1.6.4 Personalentlohnung 1.6.5 Instrumente der Personalwirtschaft</p>
<p>1.7 Projekte organisieren, planen, steuern und kontrollieren</p>	<p>1.7.1 Grundbegriffe des Projektmanagements 1.7.2 Formen der Projektorganisation 1.7.3 Aufgaben der Projektleitung 1.7.4 Informationsbedarf und Informations-verarbeitung im konkreten Projektmanagement 1.7.5 Projektplanung 1.7.6 Durchführung des Projekts 1.7.7 Projektcontrolling 1.7.8 Berichtswesen und Projektdokumentation</p>

MARKETING & VERTRIEB

Grundlegende Qualifikation

<p>2.1 Marketingkonzepte aus den Unternehmenszielen und den Marketingstrategien ableiten.</p>	<p>2.1.1 Marketing-Zielsetzungen 2.1.2 Lösung von Zielkonflikten 2.1.3 Abgrenzung von Finanzdienstleistungsmärkten für Privatkunden 2.1.4 Marketingstrategien für Finanzdienstleistungsmärkte</p>
<p>2.2 Bedeutung des Marketings für die Unternehmensprozesse und den Unternehmenserfolg herausstellen</p>	<p>2.2.1 Marktforschung 2.2.2 Rahmenbedingungen</p>
<p>2.3 Marketinginstrumente unter dem Gesichtspunkt von Kundengewinnung und Kundenbindung einsetzen</p>	<p>2.3.1 Produkt und Sortimentspolitik 2.3.2 Preispolitik/ Prämienpolitik 2.3.3 Servicepolitik/ Kundenzufriedenheit 2.3.4 Kommunikationspolitik 2.3.5 Vertriebs-, Distributionspolitik 2.3.6 Interdependenzen zwischen Marketinginstrumenten</p>
<p>2.4 Verkaufskonzepte für Privatkunden zielgruppenorientiert entwickeln und umsetzen sowie Produktauswahl begründen</p>	<p>2.4.1 Kriterien für Zielgruppenanalyse 2.4.2 Kundenbedarfsanalyse und Produktauswahl 2.4.3 Deckungskonzepte 2.4.4 Gesamtverkaufskonzepte 2.4.5 Marketing-Controlling</p>

PERSONALFÜHRUNG, QUALIFIZIERUNG & KOMMUNIKATION

Grundlegende Qualifikation

<p>3.1 Mitarbeiterbesprechungen, Personalauswahl-, Beurteilungs-, Förder-, Zielvereinbarungs- und Kritikgespräche planen, durchführen und nachbereiten</p>	<p>3.1.1 Gesprächsplanung 3.1.2 Gesprächsdurchführung 3.1.3 Gesprächsnachbereitung</p>
<p>3.2 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter individuell fördern und entwickeln</p>	<p>3.2.1 Standortbestimmung und Potenzialanalyse 3.2.2 Karriere und Nachfolgeplanung 3.2.3 Instrumente der Personalentwicklung 3.2.4 Motivation 3.2.5 Bildungscontrolling</p>
<p>3.3 Planen und Organisieren der beruflichen Erstausbildung am Arbeitsplatz</p>	<p>3.3.1 Rechtliche Grundlagen der betrieblichen Ausbildung 3.3.2 Auswahl und Einstellung von Auszubildenden 3.3.3 Planung der betrieblichen Ausbildung 3.3.4 Beendigung der betrieblichen Ausbildung</p>
<p>3.4 Lernprozesse unter methodischen und didaktischen Aspekten anleiten</p>	<p>3.4.1 Didaktische Analyse 3.4.2 Lern- und Lehrmethoden 3.4.3 Umgang mit Lernschwierigkeiten 3.4.4 Lernerfolgskontrolle</p>
<p>3.5 Führungsstile und -techniken anwenden</p>	<p>3.5.1 Elemente der Personalführung 3.5.2 Führungsstile 3.5.3 Führungstechniken 3.5.4 Führung im Team</p>

LEBENSVERSICHERUNG / bAV

Produktmanagement

<p>4.1 Die Ergebnisse von Marketingmaßnahmen im Prozess der Produktentwicklung berücksichtigen</p>	<p>4.1.1 Marktgegebenheiten 4.1.2 Bestehende Deckungskonzepte 4.1.3 Bedeutung des Betriebsrentengesetzes 4.1.4 Steuerliche Auswirkungen beim Arbeitgeber und beim Arbeitnehmer 4.1.5 Wettbewerbssituation 4.1.6 Bedarfsgerechte Gestaltung der Betrieblichen Altersversorgung unter Wahrung der Belange des Arbeitgebers und des Arbeitnehmers</p>
<p>4.2 Kriterien der Produktgestaltung unter Berücksichtigung von rechtlichen und kalkulatorischen Rahmenbedingungen darstellen und beispielhaft anwenden</p>	<p>4.2.1 Finanzierung von Vorsorgemaßnahmen 4.2.2 Die gesetzliche Rentenversicherung 4.2.3 Insolvenzsicherung durch den Pensionsversicherungsverein (PSVaG) 4.2.4 Private Lebensversicherung auf Renten- und Kapitalbasis 4.2.5 Kalkulatorische Risiken 4.2.6 Produkte 4.2.7 Verbandsbedingungen</p>
<p>4.3 Regeln der Annahmepolitik im Hinblick auf die betriebswirtschaftlichen sowie vertrieblichen Auswirkungen erläutern und begründen</p>	<p>4.3.1 Annahmerichtlinien 4.3.2 Umsatz-gegenüber Ertragsorientierung 4.3.3 Auswirkungen auf die Kapitalanlage-politik des Unternehmens 4.3.4 Auswirkungen auf die Vertriebssteuerung</p>
<p>4.4 Die Auswirkungen der Entwicklung neuer Produkte auf die betrieblichen Kernprozesse beschreiben</p>	<p>4.4.1 Auswirkungen auf den Vertrieb 4.4.2 Auswirkungen auf den Betrieb 4.4.3 Auswirkungen auf die Leistungsbearbeitung</p>
<p>4.5 Beim Prozess der Markteinführung von neuen Produkten mitwirken, die Mechanismen der Steuerung und des Controllings bei der Einführung neuer Produkte darstellen</p>	<p>4.5.1 Konzepte zur Markteinführung gegenüberstellen 4.5.2 Qualitäts-Routinen und Qualitäts-Management 4.5.3 Controlling-Daten 4.5.4 Anpassungsmaßnahmen 4.5.5 Marketingmaßnahmen</p>

SACHVERSICHERUNG

Produktmanagement

<p>4.1 Die Ergebnisse von Marketingmaßnahmen im Prozess der Produktentwicklung berücksichtigen</p>	<p>4.1.1 Marktgegebenheiten 4.1.2 Bestehende Deckungskonzepte</p>
<p>4.2 Kriterien der Produktgestaltung unter Berücksichtigung von rechtlichen und kalkulatorischen Rahmenbedingungen darstellen und beispielhaft anwenden</p>	<p>4.2.1 Die private und gewerbliche Sachversicherung 4.2.2 Kalkulatorische Grundlagen 4.2.3 Produktvarianten für unterschiedliche Zielgruppen 4.2.4 Verbandsbedingungen</p>
<p>4.3 Regeln zur Annahmepolitik im Hinblick auf die betriebswirtschaftlichen sowie vertrieblichen Auswirkungen erläutern und begründen</p>	<p>4.3.1 Annahmerichtlinien 4.3.2 Umsatz- gegenüber Ertragsorientierung 4.3.3 Auswirkungen auf Kapitalanlagen 4.3.4 Auswirkungen auf Vertriebssteuerung</p>
<p>4.4 Die Auswirkungen der Entwicklung neuer Produkte auf die betrieblichen Kernprozesse beschreiben</p>	<p>4.4.1 Auswirkungen auf den Vertrieb 4.4.2 Auswirkungen auf den Betrieb 4.4.3 Beendigungsmöglichkeiten durch den Versicherungsnehmer und den Versicherer 4.4.4 Auswirkungen auf die Leistungsbearbeitung</p>
<p>4.5 Beim Prozess der Markteinführung von neuen Produkten mitwirken, die Mechanismen der Steuerung und des Controllings bei der Einführung neuer Produkte darstellen</p>	<p>4.5.1 Konzepte zur Markteinführung gegenüberstellen 4.5.2 Qualitäts-Routinen und Qualitätsmanagement 4.5.3 Controlling-Daten 4.5.4 Anpassungsmaßnahmen 4.5.5 Marketingmaßnahmen</p>

KRANKEN- & UNFALLVERSICHERUNG

Produktmanagement

<p>4.1 Die Ergebnisse von Marketingmaßnahmen im Prozess der Produktentwicklung berücksichtigen</p>	<p>4.1.1 Marktgegebenheiten 4.1.2 Bestehende Deckungskonzepte</p>
<p>4.2 Kriterien der Produktgestaltung unter Berücksichtigung von rechtlichen und kalkulatorischen Rahmenbedingungen</p>	<p>4.2.1 Rechtliche Rahmenbedingungen 4.2.2 Kalkulatorische Grundlagen der Kranken- und Pflegepflichtversicherung 4.2.3 Produkte</p>
<p>4.3 Regeln zur Annahmepolitik im Hinblick auf die betriebswirtschaftlichen sowie vertrieblichen Auswirkungen erläutern und begründen</p>	<p>4.3.1 Annahmerichtlinien 4.3.2 Umsatz gegenüber Ertragsorientierung 4.3.3 Auswirkungen auf Kapitalanlagen 4.3.4 Auswirkungen auf Vertriebssteuerung</p>
<p>4.4 Die Auswirkungen der Entwicklung neuer Produkte auf die betrieblichen Kernprozesse beschreiben</p>	<p>4.4.1 Auswirkungen auf den Vertrieb 4.4.2 Auswirkungen auf den Betrieb 4.4.3 Auswirkungen auf die Leistungsbearbeitung</p>
<p>4.5 Beim Prozess der Markteinführung von neuen Produkten mitwirken, die Mechanismen der Steuerung und des Controllings bei der Einführung neuer Produkte darstellen</p>	<p>4.5.1 Konzepte zur Markteinführung gegenüberstellen 4.5.2 Qualitäts-Routinen und Qualitätsmanagement 4.5.3 Controlling-Daten 4.5.4 Anpassungsmaßnahmen 4.5.5 Marketingmaßnahmen</p>

VERMÖGENSVERSICHERUNG

Produktmanagement

<p>4.1 Die Ergebnisse von Marketingmaßnahmen im Prozess der Produktentwicklung berücksichtigen</p>	<p>4.1.1 Marktgegebenheiten 4.1.2 Bestehende Deckungskonzepte</p>
<p>4.2 Kriterien der Produktgestaltung unter Berücksichtigung von rechtlichen und kalkulatorischen Rahmenbedingungen darstellen und beispielhaft anwenden</p>	<p>4.2.1 Leistungsumfang 4.2.2 Kalkulatorische Grundlagen 4.2.3 Produktvarianten für unterschiedliche Zielgruppen 4.2.4 Verbandsbedingungen</p>
<p>4.3 Regeln zur Annahmepolitik im Hinblick auf die betriebswirtschaftlichen sowie vertrieblichen Auswirkungen erläutern und begründen</p>	<p>4.3.1 Annahmerichtlinien 4.3.2 Umsatz gegenüber Ertragsorientierung 4.3.3 Auswirkungen auf Kapitalanlagen 4.3.4 Auswirkungen auf Vertriebssteuerung</p>
<p>4.4 Die Auswirkungen der Entwicklung neuer Produkte auf die betrieblichen Kernprozesse beschreiben</p>	<p>4.4.1 Auswirkungen auf den Vertrieb 4.4.2 Auswirkungen auf den Betrieb 4.4.3 Beendigungsmöglichkeiten durch den Versicherungsnehmer und den Versicherer 4.4.4 Auswirkungen auf die Leistungsbearbeitung</p>
<p>4.5 Beim Prozess der Markteinführung von neuen Produkten mitwirken, die Mechanismen der Steuerung und des Controllings bei der Einführung neuer Produkte darstellen</p>	<p>4.5.1 Konzepte zur Markteinführung gegenüberstellen 4.5.2 Qualitätsroutinen und Qualitätsmanagement 4.5.3 Controlling-Daten 4.5.4 Anpassungsmaßnahmen 4.5.5 Marketingmaßnahmen</p>

VERTRIEBSMANAGEMENT

Betrieblicher Kernprozess

<p>5.1 Vertriebsplanung, -steuerung und -controlling durchführen</p>	<p>5.1.1 Einordnung des Versicherungsmanagements in die versicherungsbetrieblichen Prozessabläufe und die Unternehmenspolitik 5.1.2 Prozess der Vertriebsplanung 5.1.3 Komponenten der Vertriebssteuerung 5.1.4 Aufgaben des Vertriebscontrollings</p>
<p>5.2 Ziele vereinbaren und Anreizsysteme einsetzen</p>	<p>5.2.1 Zielvereinbarungen 5.2.2 Anreizsysteme</p>
<p>5.3 Eine Vertriebseinheit kaufmännisch steuern</p>	<p>5.3.1 Rechtliche Grundlagen für Versicherungsagenturen 5.3.2 Vertriebsunterstützungsmaßnahmen 5.3.3 Ressourcenplanung 5.3.4 Spezielles Vertriebskostencontrolling für Geschäftsstellen</p>
<p>5.4 Marketingmaßnahmen in der Vertriebseinheit planen, durchführen und auswerten</p>	<p>5.4.1 Bestimmung von Zielvorgaben für die Vertriebseinheit 5.4.2 Planung von Marketingmaßnahmen 5.4.3 Korrekturen aufgrund von Abweichungsanalysen</p>