

# Marketing und Vertrieb

## Kapitel 3: Produktpolitik

Die nachfolgenden Folien sind als Begleitmaterial zu den Vorlesungen für das Studium zum/zur Fachwirt/-in für Versicherungen und Finanzen anzusehen und dienen ausschließlich als Ergänzung zu den dort behandelten Inhalten.

Grundlage hierfür bildet  
Köhne, Lange: Marketing und Vertrieb von Versicherungs-  
und Finanzprodukten für Privatkunden,  
Verlag Versicherungswirtschaft GmbH Karlsruhe

## **1. Die Produktpolitik als Marketing-Instrument**

- 1.1 Grundlagen der Produktpolitik
- 1.2 Gestaltungsparameter des Versicherungsprodukts
- 1.3 Produktinnovationen und Produktmodifikationen
- 1.4 Sortimentsgestaltung

## **2. Die Preis- und Prämienpolitik als Marketing-Instrument**

- 2.1 Preisbildung auf Versicherungsmärkten für Privatkunden
- 2.2 Preis- bzw. Tarifbestandteile im Versicherungsgeschäft
- 2.3 Gestaltung einer marktorientierten Preis- und Prämienpolitik
- 2.4 Preispolitische Strategien

## 1.1 Grundlagen der Produktpolitik

### **Definition:**

Die Produktpolitik umfasst alle Entscheidungstatbestände, die auf die marktgerechte Gestaltung des Leistungsprogramms eines FDL-Anbieters oder Versicherungsunternehmens über den Gesamtablauf der Kundenbeziehung ausgerichtet sind.

### **Teilaufgaben der Produktpolitik:**

Produktgestaltung	= Gestaltungsgegenstand (Was)
Produktentwicklung	= Gestaltungsprozess (Wie)
Produktmanagement	= Gestaltungsfunktion (Koordination)

### **Institutionell**

- Eigene Abteilung
- Arbeitsgruppe
- Projektorganisation

## **1.1 Grundlagen der Produktpolitik**

### **Aufgaben des Produktmanagers:**

- Aufnahme von Marktsignalen
- Strategieerarbeitung (Teilpläne)
- Koordinator
- Umsetzung von Produktideen

### **Beteiligte an der Produktentwicklung**

- Mathematiker
- Juristen
- Rückversicherer
- Vertrieb
- Schadenabteilung

### **Gestaltungsbereiche /-spielraum**

- Produktgestaltung
- Sortimentsgestaltung

# 1.1 Grundlagen der Produktpolitik

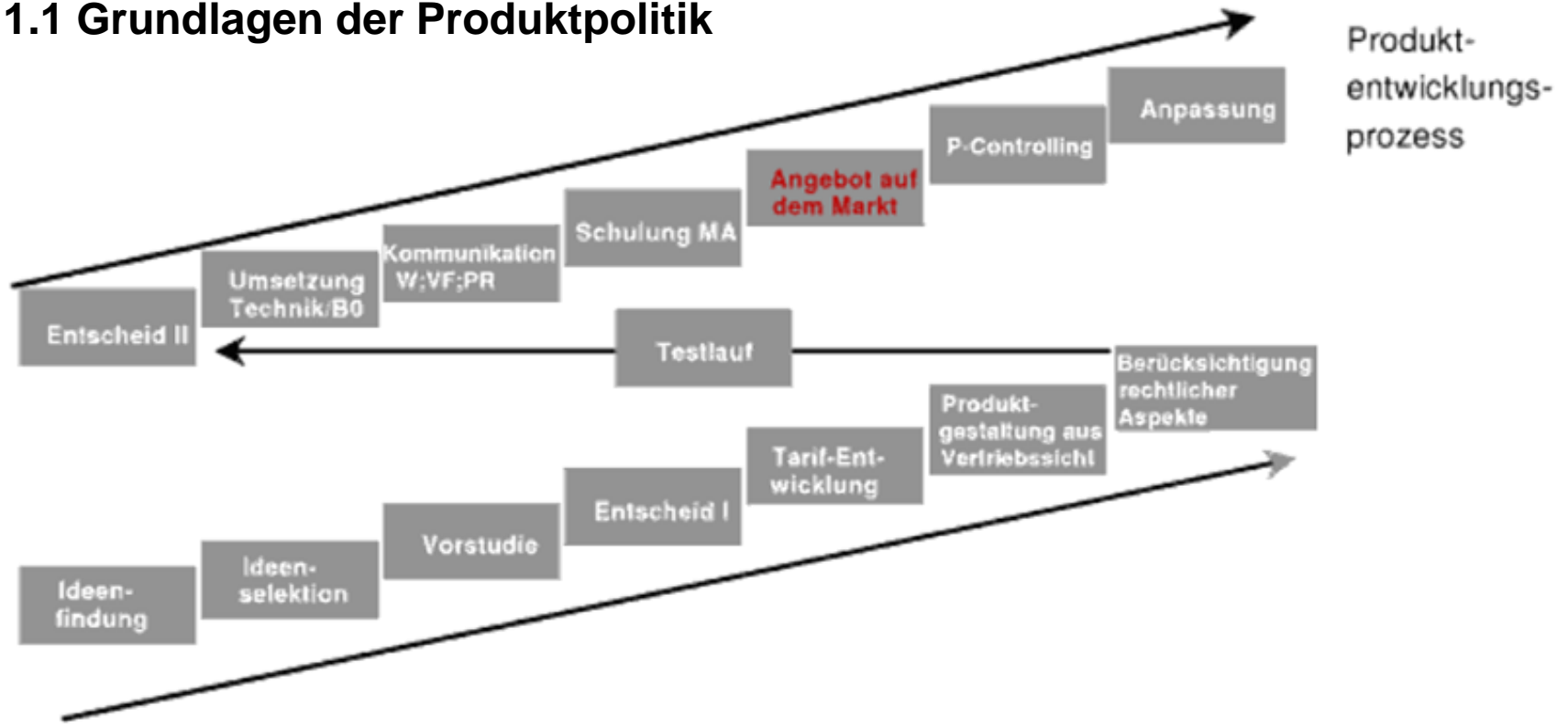


Abbildung 9: Phasen der Produktentwicklung in der Assekuranz

## 1.2 Gestaltungsparameter des Versicherungsprodukts

### Formale Gestaltung:

Name / (Firmen-)Marke,

- Profilierung des Unternehmens
- Bekanntheit / Image
- Produktname soll Produktnutzen erkennbar machen

Antragsgestaltung (übersichtlich / selbsterklärend?)

- Bedarfsfindung
- Beschreibung V-Schutz
- Grundlage der Datenerfassung
- Bestandteil des Rechtsverhältnisses

Policengestaltung / Versicherungsbedingungen

- optisch ansprechend (wichtiges Dokument)
- nachvollziehbare Gliederung
- weitere Dokumente: Nachträge, Tarifunterlagen...

Produktinformationsblatt

- gesetzliche Regelung nach §4 VVG-InfoV
- Kurzerläuterung des Produkts

## 1.2 Gestaltungsparameter des Versicherungsprodukts

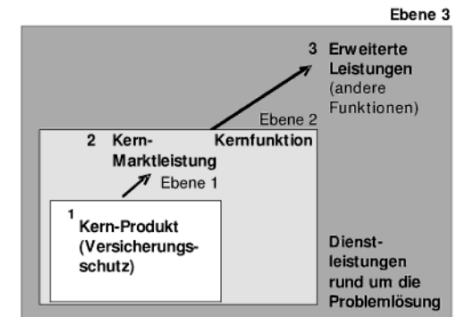
### Ebene 1: Kernprodukt

Versicherungsschutzmerkmale

Materiell-inhaltliche Produktgestaltung				
Merkmale des Versicherungsschutzes:	qualitativ	quantitativ	räumlich	zeitlich
Versicherungsfall				
Schadenbewertung				
Versicherungsform				
Rechtlich eingekleidet in: Versicherungsantrag; Versicherungsschein; Versicherungsbedingungen				
<b>Individueller Versicherungsschutz</b>				

**Abbildung 11:** Gestaltungsmerkmale des individuellen Versicherungsschutzes (Quelle: Köhne 1997, S. 149)

### Materiell-inhaltliche Gestaltung:



**Abbildung 10:** Drei Ebenen des Versicherungsprodukts (Quelle: Haller 1988, S. 563)

## 1.2 Gestaltungsparameter des Versicherungsprodukts

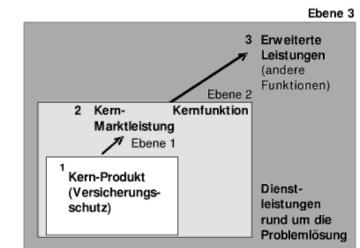
### Ebene 1: Kernprodukt

#### Der Versicherungsfall als Gestaltungsmerkmal:

- Deckung nach Universalität / Spezialität der Gefahren
- Deckungsarten:
  - Named-Perlis-Deckung
  - All-Risks-Deckung
- Traditionelle Spartendeckung (Rechts- / Kalkulationssicherheit, einfachere Ausbildung)

#### Schadenbewertung als Gestaltungsmerkmal

- Schadenarten (z.B. Personen- / Sachschäden)
- Wert-Arten: (Neuwert / Zeitwert / Gemeiner Wert / Restwert)





## 1.2 Gestaltungsparameter des Versicherungsprodukts

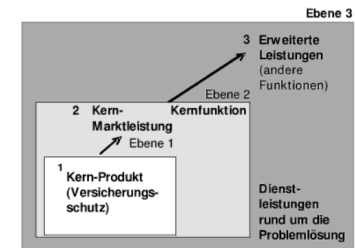
### Ebene 1: Kernprodukt

Versicherungsform als Gestaltungsmerkmal:

Transformationsregeln = Entschädigungsregeln

- Selbstbehalte (Integral-, / Abzugsfranchise und zeitliche Franchise)
- Standardisierung / Individualisierung (Zielgruppen- / Bausteinprodukte / mehrstufige Leistungsangebote)

↑  
Kalkulation  
berücksichtigen  
(Preispolitik)



	Abstrakte Entschädigung	Konkrete Entschädigung	
Versicherungsform	Summenversicherung	Vollwertversicherung	Erstrisikoversicherung
Beispiel - Sparten	Lebensversicherung	Hausratversicherung	Haftpflichtversicherung
Beispiele - Produktbestandteile	Krankenhaus-Tagegeld	Feuerversicherung	Krankheitskosten
Beziehung	Person	Objekt	Person/Objekt

**Abbildung 12:** Versicherungsformen als Gestaltungsmerkmal des Versicherungsschutzes

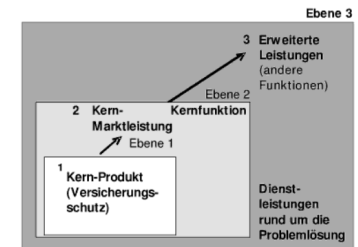
## 1.2 Gestaltungsparameter des Versicherungsprodukts

### Ebene 2: begleitende Abwicklungsleistungen

Im unmittelbaren Zusammenhang mit dem Versicherungsschutz stehende Dienstleistungen wie z.B.:

- Beratung / Erklärung / Abschluss / Betreuung / Schadenbearbeitung

*Ebene 1 + 2 = klassische Marktleistung des Versicherers  
(finanzielle Absicherung des VN)*



### Ebene 3: erweiterte Dienstleistungen

Erweiterung der ersten beiden Ebenen zur ganzheitlichen Problemlösung

Zusätzliche Dienstleistungen:

- verbundene Finanzdienstleistung (Allfinanz)
- zusätzliche Dienstleistung im technischen Bereich (Risiko-Management-Beratung)
- Erweiterung der sozialen Dimension (Beistands- / Hilfeleistungen)

Ziel: **nachhaltige Differenzierung durch nutzenorientierter Problemlösung**

## 1.2 Gestaltungsparameter des Versicherungsprodukts

**Zu Ebene 3:**

- Problemlösungsansatz
- Nutzenwahrnehmung

- Sicherheitsleistungen aller Art zur Erfüllung technisch-leistungswirtschaftlicher Funktionen
- Vorsorgeleistungen finanzieller Art zur Erfüllung finanzieller Funktionen
- Vorsorgeleistungen sozial-psychologischer Art zur Erfüllung von Care-Funktionen
- Rundum-Angebote um Bedarfslfelder oder Ereignisse (Studienabschluss, Erwerb eines Autos, Hochzeit, Familiengründung, Umzug, Tod etc.).

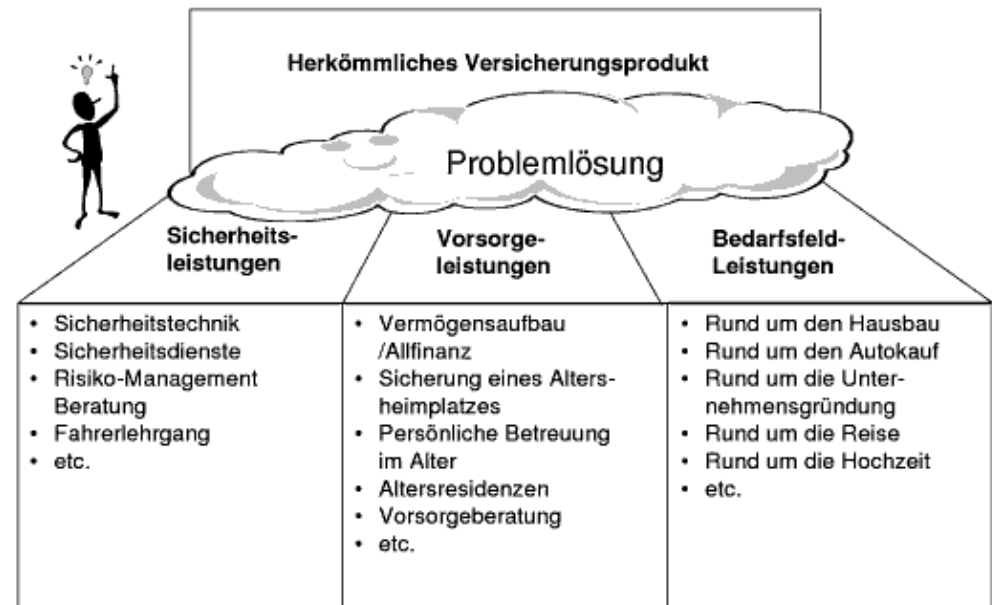


Abbildung 13: Ansatzpunkte umfassender Problemlösungen

## 1.3 Produktinnovationen und Produktmodifikationen

<b>Produktinnovation</b> (ohne Marktvorgänger)		
Innovationsobjekt (z.B. Absatzmarkt/Prozesse)	Neuartigkeit der Innovation (für wen? / was?)	Innovationsgrad (Abgrenzung zur Modifikation)

### **Definition**

Ein Versicherungsprodukt inkl. seiner prozessualen Ausprägungen im Dienstleistungsprozess (Ebenen 1 bis 3) stellt eine **Produktinnovation** dar, wenn es im Hinblick auf die Befriedigung des Bedürfnisses nach finanzieller Risikovorsorge oder damit in funktionsorientiertem Zusammenhang stehender anderer Bedürfnisse bislang auf dem relevanten Markt noch nicht angeboten worden ist und insofern eine Marktneuheit ist. Eine Produktinnovation auf Ebene 1 bedingt somit eine inhaltliche Erneuerung des versicherten Bereichs bzw. des Kernproduktes.

## 1.3 Produktinnovationen und Produktmodifikationen

### Produktmodifikation (mit Marktvorgänger)

#### Produktvariation

Weiterentwicklung bestehender Nutzenkomponenten

#### Produktdifferenzierung

Flexibilisierung bestehenden Deckung

#### Definition

Eine **Produktmodifikation** betrifft (alle anderen) Veränderungen an bestehenden Versicherungsprodukten, die ‚nur‘ Anpassungen, Ergänzungen und Flexibilisierungen des versicherten Bereichs bzw. des Kernproduktes darstellen und zudem auch keine neuen Funktionen im Vergleich zum ursprünglichen Produkt erfüllen.

## 1.3 Produktinnovationen und Produktmodifikationen

**Produktneuheiten** (Summe aus Innovation und Modifikation)

Unternehmensperspektive: Einfluss auf

Unternehmensziele

Marketingziele

Marketingstrategien

Vermittlerperspektive:

- Absatzaspekte
- Schulungsaspekte
- Vermittler als Produktentwicklungspartner

Kundenperspektive:

- verbraucherfreundliche Gesetze / Rechtssprechung / Solvency II
- hohe Erwartungshaltung
- Berücksichtigung von Kundenbedürfnissen
- geringes Kundeninteresse

## 1.4 Sortimentsgestaltung

### Versicherungsschutzsortiment

Spezialisierung / Generalisierung

Sortimentsbreite (Versicherungszweige)  
Sortimentstiefe (Anzahl Produktvarianten)

### Kapitalanlagesortiment

Anzahl und Art der Kapitalanlageprodukte

Allfinanzsortiment?

### Sonstige Dienstleistungssortiment

Beratungsdienstleistungen zum Risikomanagement

Kapitalanlage und Vermögensaufbau

Schadenverhütung

...

Berück-  
sichtigung  
aufsichts-  
rechtlicher  
Beschrän-  
kungen:

- Spartenren-  
nungsgebot
- Verbot  
versicher-  
ungsfremder  
Geschäfte