



Berufsbildungsverband der Versicherungswirtschaft
Association pour la formation professionnelle en assurance
Associazione per la formazione professionale nell'assicurazione

Qualifikationsprofil

Versicherungsfachfrau/Versicherungsfachmann mit eidgenössischem Fachausweis,

- Fachrichtung Product Management/Underwriting
- Fachrichtung Sales Management
- Fachrichtung Claims Management
- Fachrichtung Broking

1	Berufsbild	2
1.1	Arbeitsgebiet	2
1.2	Wichtigste Handlungskompetenzen	2
1.3	Berufsausübung	3
1.4	Bedeutung des Berufes für Gesellschaft, Wirtschaft, Natur und Kultur	3
2	Übersicht der Handlungskompetenzen.....	4
3	Anforderungsniveau (Leistungskriterien).....	5

Eingereicht am 05.05.2025

1 Berufsbild

1.1 Arbeitsgebiet

Versicherungsfachleute arbeiten am Hauptsitz oder in Agenturen von Versicherungsunternehmen in den Fachbereichen Product Management und Underwriting, Sales Management oder Claims Management. Sie sind auch in Brokerunternehmen und als selbständige Broker tätig. Sie tragen in ihrem Tätigkeitsbereich dazu bei, passende Versicherungs- und Vorsorgelösungen sowie Dienstleistungen für Kundinnen und Kunden wie beispielsweise private Haushalte, Selbständigerwerbende und Unternehmen bereitzustellen und weiterzuentwickeln. Sie sind in Kontakt mit Kundinnen und Kunden, Versicherungsfachleuten aller Fachrichtungen, internen Fachstellen (z.B. Aktuariat, Marketing, IT) sowie externen Dienstleistungsunternehmen oder Spezialistinnen und Spezialisten (z.B. Juristinnen und Juristen, Ingenieurinnen und Ingenieuren, medizinischem Fachpersonal).

1.2 Wichtigste Handlungskompetenzen

Versicherungsfachleute aller Fachrichtungen:

- ermitteln die Auswirkungen von versicherungsrelevanten Trends;
- entwickeln adäquate marktgerechte Lösungen für Risk Managementfragen;
- gestalten Prozesse entlang der Wertschöpfungskette der Assekuranz mit.

Zudem,

Versicherungsfachleute, Fachrichtung Product Management/Underwriting:

- ermitteln aufgrund von fundierten Analysen die Marktfähigkeit von Versicherungs- und Vorsorgelösungen sowie Dienstleistungen;
- entwickeln Versicherungs- und Vorsorgelösungen sowie Dienstleistungen, implementieren sie und passen sie laufend den Unternehmenszielen entsprechend an;
- erarbeiten Grundlagen für die Risikoprüfung von Versicherungsverträgen, kalkulieren Prämien von Versicherungsangeboten und generieren Versicherungspolicen.

Versicherungsfachleute, Fachrichtung Sales Management:

- setzen Vertriebsprozesse gemäss der Unternehmensstrategie um;
- erstellen Vertriebskonzepte auf der Basis von Zielgruppen-, Konkurrenz- und Marktanalysen;
- begleiten Vertriebsprozesse und passen sie laufend an die strategischen und operativen Vorgaben der Unternehmensleitung an.

Versicherungsfachleute, Fachrichtung Claims Management:

- leiten bei Anzeige eines Versicherungsfalles Bearbeitungs- und Schadenminderungsmassnahmen in die Wege;
- tragen relevante Fakten zur gründlichen Abklärung des Sachverhaltes des Schadenhergangs zusammen;
- prüfen und beurteilen anspruchsvolle Deckungs- und Haftungsfragen und klären vor Auszahlen einer allfälligen Schadensumme die Schuldfrage.

Versicherungsfachleute, Fachrichtung Broking:

- bauen systematisch ein Beziehungsnetz mit Anbietenden von Versicherungs- und Vorsorgelösungen auf, entwickeln eine geeignete Akquisitionsstrategie und wenden diese an;
- führen detaillierte Risikoanalysen durch, durchlaufen den Risikomanagementprozess und erstellen bedarfsgerechte Deckungskonzepte;
- schreiben die gewünschte Versicherungsdeckung aus, schliessen im Auftrag der Kundinnen und Kunden Versicherungspolicen ab, überprüfen diese periodisch und veranlassen allfällige Anpassungen.

Um diese Tätigkeiten professionell und qualitätsbewusst ausüben zu können, verfügen Versicherungsfachleute über fundierte Kenntnisse entlang der gesamten betrieblichen Wertschöpfungskette der Versicherungswirtschaft sowie über Fachwissen in den Sparten Personen-, Sozial-, Sach- und Vermögensversicherungen. Sie zeichnen sich ausserdem durch ihr lösungsorientiertes Vorgehen sowie unternehmerisches Denken und Handeln aus. Sie verfügen über organisatorische Fähigkeiten und Flexibilität. Im Umgang mit vielfältigen internen und externen Anspruchsgruppen zeigen sie Einfühlungsvermögen, kommunizieren adressatengerecht und beweisen ihr Verhandlungsgeschick.

1.3 Berufsausübung

Versicherungsfachleute gehören zum mittleren Kader von Versicherungsunternehmen, übernehmen im Rahmen der betrieblichen Vorgaben Fachverantwortung und verstehen die Aufgaben und Prozesse der anderen Fachbereiche. Sie zeichnen sich durch eine hohe Selbstständigkeit aus. Bei der Erfüllung ihrer Aufgaben orientieren sie sich an den strategischen und unternehmerischen Zielen ihrer Gesellschaft und halten sich an die gesetzlichen und regulatorischen Vorgaben. Insbesondere tragen sie durch ihre Einsicht in sensible und vertrauliche Daten grosse Verantwortung in Bezug auf die Sorgfaltspflicht. Das Arbeitsumfeld von Versicherungsfachleuten wandelt sich durch Marktgeschehen, Trends, Regulierung und die damit verbundenen veränderten Kundenbedürfnisse stetig. Sie analysieren diese Veränderungen und entwickeln darauf basierend innovative Ideen für die Weiterentwicklung von Produkten und Prozessen. Sowohl bei der Analyse von Trends, Risiken und Marktveränderungen wie auch beim Gestalten von individualisierten, kundenorientierten Produkten und Prozessen spielen digitale Werkzeuge und Methoden (z.B. Big Data, künstliche Intelligenz) eine wichtige Rolle. Versicherungsfachleute bewegen sich in agilen Arbeitsformen und sie tragen zu Kooperation und Vernetzung im Unternehmen bei. Um ihrem dynamischen Arbeitsumfeld gerecht zu werden, entwickeln sie ihre Kompetenzen stets weiter.

1.4 Bedeutung des Berufes für Gesellschaft, Wirtschaft, Natur und Kultur

Die Vorgehensweise von Versicherungsfachleuten ist durch eine langfristige und nachhaltige Optik definiert. Dies beinhaltet, dass sie sich differenziert mit den ökonomischen, ökologischen und sozialen Aspekten der Nachhaltigkeit und den damit verbundenen Chancen und Gefahren (Risiken) auseinandersetzen. In der Produktentwicklung leisten Versicherungsfachleute einen Beitrag dazu, mögliche Risiken zu identifizieren und diese dank massgeschneiderter Versicherungslösungen ausgewogen auf mehrere Schultern zu verteilen. So werden Schadenfälle verkraftbar, was den technischen Fortschritt, wirtschaftliche Aktivitäten und den Wohlstand fördert. In den Bereichen Sales Management sowie im Broking helfen die Versicherungsfachleute durch die aktive Sensibilisierung von Kundinnen und Kunden Schäden zu vermeiden und die Eigenverantwortung etwa in Bezug auf Vorsorgethemen in einer alternden Gesellschaft zu erhöhen. Durch ihr sachliches Vorgehen (ohne Konflikt) bei der Schaden- und Leistungsfallbearbeitung tragen Versicherungsfachleute dazu bei, nicht nur die Versicherten, sondern auch geschädigte Dritte (z.B. Verkehrsoffer) zu schützen. Dies entlastet in vielen Fällen die Allgemeinheit von Leistungen aus Steuermitteln. Innerhalb ihrer Unternehmen fördern Versicherungsfachleute umwelt- und ressourcenschonende Arbeitsweisen, indem sie die Möglichkeiten der Digitalisierung wie Online-Meetings und digitalisierte Prozesse nutzen. Ihr umfassendes Wissen über aktuelle finanzielle, wirtschaftliche und regulatorische Fragen gestattet es ihnen, in Branchengremien als Fachexpertinnen oder -experten mitzuarbeiten zum Beispiel bei der stetigen Weiterentwicklung von Berufsprofilen.

2 Übersicht der Handlungskompetenzen

↓ Handlungskompetenzbereiche Handlungskompetenzen →

A	Ermitteln der Auswirkungen von versicherungsrelevanten Trends	A1: Versicherungsrelevante Trends identifizieren und festhalten	A2: Auswirkungen von Trends für die Fachbereiche ermitteln	A3: Massnahmen für die Fachbereiche erarbeiten			
B	Marktgerechte Lösungen für Risk Management entwickeln	B1: Risiken und deren Relevanz für die Fachbereiche einschätzen	B2: Modelle für Versicherungs- und Vorsorgelösungen erarbeiten	B3: Neue Versicherungs- und Vorsorgelösungen in Zusammenarbeit mit Stakeholdern einführen			
C	Mitgestalten von Prozessen entlang der Wertschöpfungskette der Assekuranz	C1: Prozesse in Abstimmung mit Stakeholdern erstellen	C2: Konzepte für die Implementation von Prozessen erstellen	C3: Implementation und Monitoring der Prozesse gemäss der Unternehmensstrategie sicherstellen	C4: Schnittstellen zu Kundinnen und Kunden, internen Fachstellen und externen Partnern sicherstellen	C5: Ein Netzwerk aufbauen und pflegen	
D	Gestalten, Entwickeln und Umsetzen von Versicherungs- und Vorsorgelösungen sowie Dienstleistungen	D1: Daten und Trends für die Gestaltung von Versicherungs- und Vorsorgelösungen sowie Dienstleistungen analysieren	D2: Marktfähigkeit für die Einführung von Versicherungs- und Vorsorgelösungen sowie Dienstleistungen ermitteln	D3: Versicherungs- und Vorsorgelösungen sowie Dienstleistungen entwickeln	D4: Versicherungs- und Vorsorgelösungen sowie Dienstleistungen im Markt einführen	D5: Versicherungs- und Vorsorgelösungen sowie Dienstleistungen nach der Markteinführung an den Unternehmenszielen ausrichten	D6: Grundlagen für die Risikoprüfung von Versicherungsverträgen erarbeiten
		D7: Prämien von Versicherungsangeboten kalkulieren	D8: Versicherungspolicen generieren und überwachen				
E	Umsetzen von Vertriebsprozessen in Versicherungsunternehmen	E1: Massnahmen für den Vertrieb von Produkten und/oder Dienstleistungen an der Unternehmensstrategie ausrichten	E2: Zielgruppen-, Konkurrenz- und Marktanalyse für den Vertrieb erstellen	E3: Vertriebskonzept erstellen	E4: Implementation und Monitoring der Vertriebsprozesse gemäss den Unternehmenszielen sicherstellen	E5: Vertriebsmitarbeitende bei der Implementation der Vertriebsprozesse begleiten	
F	Regulieren von Schaden- und Leistungsfällen	F1: Schaden- und Leistungsfälle registrieren und Sofortmassnahmen sicherstellen	F2: Sachverhalt von Schaden- und Leistungsfällen ermitteln	F3: Leistungserbringung aufgrund von Leistungsprüfung auslösen	F4: Regressprozesse abwickeln	F5: Schaden und Leistungsfälle abschliessen	
G	Entwickeln und Betreuen von standeskonformen Brokermandaten	G1: Zusammenarbeit mit den Anbietern von Versicherungs- und Vorsorgelösungen unter Einhaltung der regulatorischen Vorgaben etablieren	G2: Versicherungsrelevante Kundenzielgruppe definieren	G3: Brokermandate strategiekonform akquirieren und pflegen	G4: Deckungskonzept für die Versicherungsrisiken der Kundschaft erstellen	G5: Gewünschte Versicherungsdeckung ausschreiben	G6: Adäquate Versicherungspolicen bestimmen und abschliessen
		G7: Versicherungspolicen der Kundinnen und Kunden verwalten	G8: Schaden- und Leistungsprozesse mandatskonform abwickeln				

	Alle Fachrichtungen Versicherungsfachfrau/Versicherungsfachmann mit eidg. FA
	Fachrichtung Product Management/Underwriting
	Fachrichtung Sales Management
	Fachrichtung Claims Management
	Fachrichtung Broking

3 Anforderungsniveau (Leistungskriterien)

Handlungskompetenzbereich A – Ermitteln der Auswirkungen von versicherungsrelevanten Trends	
Beschreibung des Handlungskompetenzbereichs	Versicherungsfachleute setzen sich laufend mit Neuerungen und Entwicklungen auseinander, um Veränderungen ihres Umfelds frühzeitig zu erkennen und deren Potential konsequent zu nutzen. Auf der Grundlage von internen und externen Datenquellen identifizieren sie zentrale Tendenzen im Markt, beispielsweise in den Bereichen der demografischen Entwicklung, der Nachhaltigkeit, der Umweltrisiken, der Digitalisierung oder der Regulierung. Versicherungsfachleute ermitteln die Auswirkungen dieser Makrotrends auf die Wertschöpfungskette der Assekuranz. Die gewonnenen Erkenntnisse nutzen sie stetig zur Optimierung ihres Geschäftsfeldes sowie zur Erhöhung der operativen Effizienz. Versicherungsfachleute verfolgen konsequent das Ziel der langfristigen Kundenbindung, indem sie ihren Kundinnen und Kunden innovative und auf ihre Bedürfnisse zugeschnittene Versicherungs- und Vorsorgelösungen erarbeiten.
Kontext	Erfolgreiche Unternehmen zeichnen sich dadurch aus, dass sie Veränderungstendenzen frühzeitig für die Schaffung von validen Geschäftsmodellen nutzen und somit in Abstimmung mit externen Entwicklungen die richtigen Produkte und Dienstleistungen anbieten. Der Wandel wird durch neue transformative Technologien angetrieben. Es entstehen neue Möglichkeiten, Konsumentinnen und Konsumenten digital anzubinden und kollaborative Ökosysteme im Unternehmen zu integrieren. Unternehmen der Assekuranz berücksichtigen dabei stets sämtliche regulativen Vorgaben und halten sich an gesetzliche Vorschriften.

Handlungskompetenzen	Inhalte	Leistungskriterien
		Versicherungsfachleute sind fähig,
A1: Versicherungsrelevante Trends identifizieren und festhalten	Trendmonitoring Mega-/Makrotrends Datamining / Daten-Ethik Innovationsmanagement Design Thinking	• geeignete Quellen für die Sammlung von Informationen zu aktuellen Trends (z.B. Wirtschaft, Gesellschaft, Technologie, Nachhaltigkeit) zu nutzen • dominante Muster innerhalb des Marktes und der Verbrauchenden zu ermitteln • volkswirtschaftliche und politische Entwicklungen, welche den Privatversicherungssektor tangieren, über verschiedene Kanäle zu recherchieren • identifizierte Innovationen und Entwicklungstrends im Versicherungsbereich zuhanden der Unternehmensleitung zu dokumentieren
A2: Auswirkungen von Trends für die Fachbereiche ermitteln		• Auswertungen von externen und internen Quellen zu analysieren • mögliche Auswirkungen der Trends (z.B. Wirtschaft, Gesellschaft, Technologie, Ökologie, Nachhaltigkeit) für die Fachbereiche zu identifizieren • mögliche Auswirkungen von Umweltveränderungen (z.B. Klimawandel, Artensterben, Kritikalität von Rohstoffen) für die Fachbereiche zu identifizieren • zu beurteilen, welche Trends die relevanten betriebsspezifischen Geschäftsmodelle tangieren werden • mögliche Veränderung der Wertschöpfungskette zu erkennen • Auswirkungen auf das kundenspezifische Geschäftsmodell zuhanden der Unternehmensleitung darzulegen • Innovationspotential für die Tätigkeitsbereiche zu bestimmen
A3: Massnahmen für die Fachbereiche erarbeiten		• aufgrund der durchgeführten Analysen bedarfsgerechte Massnahmen zu entwickeln, um identifizierte Trends zu berücksichtigen • ein Konzept für die Umsetzung dieser Massnahmen zu erarbeiten

		• die relevanten Prozesse in Abstimmung mit internen und externen Anspruchsgruppen gemäss dem Konzept anzupassen
Persönliche/soziale Kompetenzen/Haltungen		
Agiles/Kooperatives/Kundenzentriertes/Digitales/(Eigen-)Verantwortliches und wertorientiertes Arbeiten		

Handlungskompetenzbereich B – Marktgerechte Lösungen für Risk Management entwickeln	
Beschreibung des Handlungskompetenzbereichs	Damit Risiken richtig versichert werden können, müssen sie erkannt, bewertet und der Umgang mit denselben festgelegt werden. Versicherungsfachleute nutzen versiert geeignete Methoden und Hilfsmittel, um in den Fachbereichen risikorelevante Fakten und Entwicklungen zu identifizieren. In Zusammenarbeit mit internen Fachstellen (z.B. Versicherungstechnikerinnen und -technikern) und externen Parteien (z.B. Verbraucherorganisationen oder Aufsichtsbehörden) (Stakeholder) erarbeiten sie die Grundlagen für die Ausgestaltung von massgeschneiderten, wirtschaftlich sinnvollen Versicherungslösungen, welche auf die Unternehmens- und Risikostrategie abgestimmt sind. Versicherungsfachleute engagieren sich für die Integration von neuen Versicherungslösungen in die Produktpalette des Unternehmens. Sie überprüfen kontinuierlich deren Wirksamkeit und reagieren zeitnah im Falle einer überdurchschnittlichen Belastung durch Schadenfälle.
Kontext	Versicherungsfachleute handeln vorausschauend und setzen sich laufend mit Chancen und Gefahren in den Fachbereichen auseinander. Die massgebenden Richtlinien stellen umfangreiche Anforderungen an das Risikomanagement in Versicherungsunternehmen. Die eidg. Finanzmarktaufsicht (FINMA) überprüft einmal im Jahr die Versicherer anhand des Schweizer Solvenztests (SST). Der SST ist ein Mittel, um die Risikotragfähigkeit von Versicherungen zu quantifizieren und zu regulieren. Schweizer Versicherer müssen über eine genügend starke Kapitaldecke verfügen, um ihre Verpflichtungen erfüllen zu können.

Handlungskompetenzen	Inhalte	Leistungskriterien
		Versicherungsfachleute sind fähig,
B1: Risiken und deren Relevanz für die Fachbereiche einschätzen	Swiss Solvency Test Risikomanagementprozess Rückversicherung Alternative Strategien zur Absicherung von Risiken	- mit geeigneten Instrumenten die Ausprägungen der Risiken mit Auswirkungen auf die verschiedenen Fachbereiche zu identifizieren - potentielle Risiken zu kategorisieren und zu bewerten - die Risiken zu priorisieren - die priorisierten Risiken im Risikomanagementprozess darzustellen und die Schwachstellen zu benennen
B2: Modelle für Versicherungs- und Vorsorgelösungen erarbeiten	Compliance Bekämpfung von Versicherungsmissbrauch (BVM)	- Ideen für Versicherungs- und Vorsorgelösungsmodelle zu erarbeiten - die Wirksamkeit der erarbeiteten Modelle mit Stakeholdern zu evaluieren - die Grundlagen für die Bereitstellung von neuen Versicherungslösungen mit internen Fachstellen für Compliance und Bekämpfung von Versicherungsmissbrauch (BVM) zu erarbeiten - die Integration von neuen Versicherungs- und Vorsorgelösungen in die Produktpalette des Unternehmens zu unterstützen
B3: Neue Versicherungs- und Vorsorgelösungen in Zusammenarbeit mit Stakeholdern einführen		- einen Massnahmenkatalog für die Einführung neuer Versicherungslösungen in Zusammenarbeit mit Stakeholdern zu erstellen - den Massnahmenkatalog auf die Risikokultur des Unternehmens abzustimmen - eingeführte Massnahmen zu überwachen und Konsequenzen abzuleiten - bei negativem Schadenrendement mit den Stakeholdern erforderliche Anpassungen vorzunehmen
Persönliche/soziale Kompetenzen/Haltungen		
Analytisches und strategisches Urteilsvermögen, unternehmerisches Denken und Handeln, Kooperations- und Kommunikationsfähigkeit, Agilität		

Handlungskompetenzbereich C – Mitgestalten von Prozessen entlang der Wertschöpfungskette der Assekuranz	
Beschreibung des Handlungskompetenzbereichs	Versicherungsfachleute gestalten Managementprozesse, Geschäfts- und Unterstützungsprozesse, wie auch Kundenprozesse mit. Sie tragen beispielsweise in bereichsübergreifenden Projekten zur Verbesserung des Interaktionsflusses oder zur Vereinfachung der Schadens- und Rückerstattungsprozesse bei. Dafür arbeiten sie mit internen Fachstellen wie Sales, Marketing, Aktuariat oder Pricing zusammen. Mit der Etablierung neuer technologischer Möglichkeiten verändert sich das Kundenverhalten. Versicherungsfachleute gestalten Prozesse so, dass sie den Kundenbedürfnissen entsprechen, sowohl analog als auch digital. Sie passen ihr Wertschöpfungsmodell situationsbezogen an, um sich erfolgreich in einem sich ständig verändernden Marktumfeld zu positionieren.
Kontext	In den letzten Jahren hat die Versicherungsbranche tiefgreifende Veränderungen erlebt. Einerseits haben ökonomische Faktoren die Marktdynamik beeinflusst. Andererseits haben zunehmend regulatorische und nachfrageseitige Veränderungen die Umgestaltung der Geschäftsmodelle geprägt. Die fortschreitende Vernetzung der digitalen Welt bietet Kundinnen und Kunden neue Möglichkeiten, Dienstleistungen abzurufen, massgeschneiderte Versicherungs- und Vorsorgelösungen zusammenzustellen und neue Wege zu den Anbietern zu nutzen. Versicherungsfachleute leisten mit der Optimierung der Wertschöpfungsprozesse einen massgeblichen Beitrag zur Erhaltung der Wettbewerbsfähigkeit ihres Unternehmens sowie zu einer kundenzentrierten Serviceleistung.

Handlungskompetenzen	Inhalte	Leistungskriterien
		Versicherungsfachleute sind fähig,
C1: Prozesse in Abstimmung mit Stakeholdern erstellen	Flussdiagramme	- Managementprozesse, Geschäfts- und Unterstützungsprozesse, wie auch Kundenprozesse in Form von Ablaufdiagrammen zu visualisieren - Anforderungen für kundenzentrierte Prozesse in Zusammenarbeit mit verschiedenen Stakeholdern aufzunehmen
C2: Konzepte für die Implementation von Prozessen erstellen		- Lösungsvorschläge für Prozessverbesserungen zu erarbeiten - überzeugende Argumente für die Implementation zu formulieren - Prozesse mit zeitgemässen technischen Tools wirtschaftlich und ressourcenschonend zu gestalten
C3: Implementation und Monitoring der Prozesse gemäss der Unternehmensstrategie sicherstellen		- eine Planung für die Implementation von Prozessen zu erstellen - die Implementation von Prozessen adressatenkonform zu begleiten - mit internen Fachstellen (z.B. Marketing und Sales) und externen Partnerinnen und Partnern (z.B. Dienstleistende) Prozesse unter Berücksichtigung der Unternehmensstrategie laufend zu monitoren
C4: Schnittstellen zu Kundinnen und Kunden, internen Fachstellen und externen Partnern sicherstellen	Customer Journey	- Gespräche zu führen und auf die unterschiedlichen Bedürfnisse der einzelnen Stakeholder (Kundinnen und Kunden, interne Fachstellen und externe Spezialistinnen und Spezialisten, Dienstleistende) einzugehen - in den Gesprächen ermittelte Anliegen und Forderungen bei der Unternehmensleitung sowie internen Fachstellen und externen Partnerinnen und Partnern einzubringen - bei auftretenden Problemen Lösungsstrategien zu entwickeln - mit Stakeholdern (Kundinnen und Kunden, interne Fachstellen und externe Partnerinnen und Partner) adressatenkonform zu kommunizieren
C5: Ein Netzwerk aufbauen und pflegen	Customer-Relationship-Management (CRM) Soziale Medien	- ein Netzwerk aufzubauen und professionelle Beziehungen zu Kundinnen und Kunden, internen Fachstellen und externen Partnerinnen und Partnern zu pflegen - ein bestehendes Netzwerk zu nutzen, um sich fachlich weiterzuentwickeln

		• die passenden sozialen Medien für den Aufbau und die Pflege des Netzwerks zu definieren
Persönliche/soziale Kompetenzen/Haltungen		
Prozessorientierung, Kundenorientierung, Qualitätsbewusstsein, Verhandlungsgeschick, Flexibilität		

Handlungskompetenzbereich D – Gestalten, Entwickeln und Umsetzen von Versicherungs- und Vorsorgelösungen sowie Dienstleistungen (Fachrichtung Product Management/Underwriting)	
Beschreibung des Handlungskompetenzbereichs	Versicherungsfachleute der Fachrichtung Product Management/Underwriting tragen die strategische Verantwortung für die erfolgreiche Positionierung von Versicherungs- und Vorsorgeprodukten und -dienstleistungen und deren Risikoprüfung. Sie beobachten den Markt, verfolgen die wichtigsten Trends und Entwicklungen in der Versicherungsbranche, analysieren die vielseitigen Kundenbedürfnisse sowie Konkurrenzprodukte. Dazu nutzen sie neue Technologien (künstliche Intelligenz, Robotics, Big Data). Sie erstellen Marketingkonzepte, positionieren innovative Produkte und Dienstleistungen am Markt und betreuen diese während des kompletten Lebenszyklus. Für die Risikoprüfung analysieren und bewerten Versicherungsfachleute selbstständig oder zusammen mit internen Fachstellen, beispielsweise aus den Bereichen Pricing, Aktuariat, Marketing und Sales und externen Partnerinnen und Partnern (z.B. Dienstleistende, Spezialistinnen und Spezialisten) industrielle, gewerbliche und persönliche Risiken. Ausserdem beurteilen sie die Auswirkungen von regulatorischen und gesellschaftlichen Änderungen sowie die daraus folgenden Handlungsoptionen. Auf dieser Grundlage gestalten sie Versicherungsverträge und -programme und berechnen deren Prämienhöhe. Weiter nehmen sie zu Rechtsfragen rund um die Versicherung Stellung. Versicherungsfachleute der Fachrichtung Product Management/Underwriting koordinieren die Zusammenarbeit mit verschiedensten internen Fachstellen. Sie wirken auch in strategischen Projekten mit.
Kontext	Die Produktentwicklung hat durch Gesetzgebung und Marktentwicklung eine Komplexität erreicht, die nur durch ein professionelles Management einer Vielzahl unterschiedlichster Aufgaben beherrscht werden kann. Die Koordination zu den einzelnen Schnittstellen der gesamten Wertschöpfungskette sowie die adressatengerechte Kommunikation mit allen Hierarchiestufen sind elementar für die Positionierung von marktfähigen und rentablen Produkten und Dienstleistungen. In einem sich ständig wandelnden Markt erwarten Kundinnen und Kunden zunehmend, dass Versicherungsunternehmen personalisierte Angebote über eine Vielzahl digitaler Kanäle anbieten. Mit der Nutzung von neuen Technologien werden manuelle Prozesse künftig standardisiert und automatisiert.

Handlungskompetenzen	Inhalte	Leistungskriterien
		Versicherungsfachleute der Fachrichtung Product Management/Underwriting sind fähig,
D1: Daten und Trends für die Gestaltung von Versicherungs- und Vorsorgelösungen sowie Dienstleistungen analysieren	Markt- und Trendanalyse (Ursache-Wirkungs-Beziehung) Marktforschung/Studien Umfragen (Kundinnen und Kunden, Mitarbeitende) Datennutzung (Compliance und Ethik) Datenvernetzung mit Kooperationspartnern Experimentell-inkrementelles Arbeiten (z.B. Design Thinking, Scrum, Kanban)	• Schwerpunkte für die Markt- und Wettbewerbsbeobachtung festzulegen und die Ergebnisse zu dokumentieren • externe Faktoren zu definieren, welche die Bedingungen für die Einführung eines neuen Produkts oder einer neuen Dienstleistung beeinflussen können • Trends und Innovationen auf dem Versicherungsmarkt zu identifizieren und mögliche Auswirkungen abzuleiten (z. B. auf Produkte, Zusatzleistungen, interne/externe Prozesse) • relevante Daten (z.B. Big Data, Echtzeitanalysen) zu Kundenbedarf und -präferenzen sowie Risikoprofile zu definieren • Analyseergebnisse zu interpretieren und Handlungsschwerpunkte abzuleiten • Ergebnisse von Marktanalysen systematisch auszuwerten und für die weitere Verwendung im Unternehmen aufzubereiten

D2: Marktfähigkeit für die Einführung von Versicherungs- und Vorsorgelösungen sowie Dienstleistungen ermitteln	Zusammenhänge in der Wertschöpfungskette Strategiekonformität (U-Strategie, Zielmärkte, Zielgruppen, Einbindung in Oekosysteme) SWOT-Analyse PESTEL-Analyse Produktgrobkonzept (Prototypdenke) Business Case (Budget)/Canvas Modell Stakeholder Management	• aus den analysierten Trends und Entwicklungen (z.B. Digitalisierung, Nachhaltigkeit, Einsatz nachhaltiger Technologien, Kreislaufwirtschaft) Ideen für neue Versicherungs- und Vorsorgelösungen sowie Dienstleistungen zu entwickeln • Grobkonzepte von neuen Versicherungs- und Vorsorgelösungen sowie Dienstleistungen zu erstellen • die interne (technische) Machbarkeit mit den internen Fachstellen (v.a. IT) anhand des Grobkonzepts zu klären • produktspezifische Dienstleistungen zu formulieren • geplante Produkte auf Stärken und Schwächen zu untersuchen, mögliche Produktrisiken zu ermitteln • mit der Umfeldanalyse die produktbezogene Auswirkung von externen Einflussfaktoren auf das eigene Unternehmen zu bewerten • bei internen Fachstellen (Vertrieb, Underwriting) und externen Partnerinnen und Partnern (z.B. Brokerunternehmen) Rückmeldungen zum Marktpotential eines Produktes einzuholen und die Ergebnisse zu dokumentieren • aus den Ergebnissen der Analysen abzuleiten, ob sich die Markteinführung lohnt
---	---	---

		• das Geschäftsmodell mit einer geeigneten Methode (z.B. Canvas Modell) abzubilden
D3: Versicherungs- und Vorsorgelösungen sowie Dienstleistungen entwickeln	Produktstruktur / USP Marktpositionierung / Vertrieb Pricing Underwriting-Richtlinien Customer Journey (komplexe Lebensgeschichte vs. Convenience-Produkte, Einbezug digitaler Ökosysteme, Standardprodukte «kuratieren») AVB, ATB, Recht & Compliance (inkl. FINMA) IT-Umsetzung inkl. Testing	• die Produktentwicklung auf Kundenbedürfnisse und –verhalten auszurichten • Ideen für die agile Gestaltung von Versicherungs- und Vorsorgelösungen sowie Dienstleistungen zu entwickeln • Ideen für die Entwicklung von Versicherungsprodukten (flexible, modulare Produkte, individuell massgeschneidert und geprice, Fokus auf nachhaltige Lösungen) bei der Leitung des Fachbereichs Underwriting/Product Management einzubringen • Detailkonzepte für die Entwicklung von bestehenden und neuen Versicherungs- und Vorsorgelösungen sowie Dienstleistungen zu erstellen • aufgrund der Vorgaben zu entscheiden, ob zur Produktentwicklung strategische Partnerschaften/Kooperationen eingegangen werden sollen (make or buy) • Kriterien festzulegen, ob Produktteile einzeln oder gebündelt in Ökosystemen angeboten werden sollen (Offer Assembly)

		• Interne Fachstellen (z.B. Aktuariat, Recht, Marketing/Verkauf, Finanzen/Kapitalmanagement, IT, Schaden) im Prozess zweckmässig einzubinden • regulatorische Vorgaben sowie versicherungstechnische Grundsätze im Produktentwicklungsprozess in Zusammenarbeit mit Spezialistinnen und Spezialisten (z.B. Business Analyse, IT) korrekt umzusetzen • anhand von Produkttests zu prüfen, ob die Anforderungen gemäss Detailkonzept korrekt umgesetzt worden sind, oder vor der Freischaltung noch angepasst werden müssen
D4: Versicherungs- und Vorsorgelösungen sowie Dienstleistungen im Markt einführen	Vorbereitungsarbeiten (Kommunikation intern und extern, Schulung Vertrieb, Marketing und Werbung) Customer Experience Agile Produktvermarktung (kundengerechte Kommunikation im Omnichannel)	• die Einführung von neuen Produkten fachtechnisch zu begleiten • die Zusammenarbeit von internen Fachstellen (z.B. Public Relations, Werbung und Sponsoring) und externen Dienstleistenden (z.B. Werbeagenturen, Druckereien) zu koordinieren • Werbe- und Verkaufsförderungs-massnahmen zu planen und in Zusammenarbeit mit anderen Abteilungen umzusetzen • Informationsveranstaltungen für Vertriebsorganisationen durchzuführen

D5: Versicherungs- und Vorsorgelösungen sowie Dienstleistungen nach der Markteinführung an den Unternehmenszielen ausrichten	Controlling Kundenbefragung Marktanalyse Justierung	• die kritischen Erfolgsfaktoren (KEF) zu definieren und messbar zu machen • Eckwerte für die Ermittlung des Produkterfolges festzulegen und die Ergebnisse zu dokumentieren • Daten von Kundenbefragungen und Marktanalysen auszuwerten und Massnahmen abzuleiten • Produkte/Produktesparte in Zusammenarbeit mit internen Fachstellen (z.B. Underwriting, Schaden) gemäss den strategischen Unternehmenszielen anzupassen
--	--	---

D6: Grundlagen für die Risikoprüfung von Versicherungsverträgen erarbeiten	Risk (Individual) Management, Risikobesichtigung, Befragung, Statistik, Expertise, Einflussfaktoren intern/extern Kundenbezogene Bedürfnisse/Bedarf Rahmenbedingungen (gesetzlich, finanziell, ökologisch) Externe und interne Umweltrisiken Stakeholder Analysen/Methoden (z.B. Scoring-Modell, Vierfelder-Tabelle, Delphi-Methode) Versicherbarkeit, Auswirkungen/Schadenausmass, Eintrittswahrscheinlichkeiten/Prognosen Schadenszenarien Portefeuille-Rendement, Risiko tragen in Form einer Eigenversicherung, Prävention, Schadenminderung, Versicherung	• relevante industrielle, gewerbliche und persönliche Risiken zu ermitteln • relevante externe und interne Umweltrisiken zu identifizieren • qualitative und quantitative Risikobeurteilungen systematisch mit geeigneten Methoden durchzuführen und zu dokumentieren • Schwachpunkte im Risikomanagement erkennen und Verbesserungsvorschläge zu erarbeiten • alternative Möglichkeiten zur Übernahme der Risiken, die schwer oder nicht versicherbar sind, zu identifizieren • identifizierte Risiken zu kategorisieren und ein Risikoring zu erstellen • gesetzliche und vertragliche Bestimmungen zu berücksichtigen • die Zusammenarbeit mit internen Fachstellen und externen Partnerinnen und Partnern sowie Stake- und Shareholdern zu pflegen • Berechnungsmodelle (z.B. maximum possible loss (MPL), probable maximum loss (PML)) zu erstellen und zu analysieren (Rückwirkung, Wechselwirkung)
---	---	---

D7: Prämien von Versicherungsangeboten kalkulieren	Tarif-/Risikomerkmale Versicherbare Risiken Komplexe, kommerzielle Risiken Risikostreuung (Layering) Captives Internationale Programme Underwriting-Strategie, Rahmenbedingungen Zeichnungsrichtlinien Underwriting Besonderheiten Lebensversicherung (Aspekte: medical, financial, lifestyle) Versicherungstechnisches Risiko, Finanzrisiken, Business-Risiken	• Tarif- und Risikomerkmale für Versicherungsprodukte zu definieren • die Nichtversicherbarkeit bestimmter Risiken zu begründen • versicherbare und nicht versicherbare Risiken systematisch zu kategorisieren • Pricing-Modelle (z.B. Layering Pricing, modulares Pricing, präventives Pricing, Pricing gemäss Lebensentwicklung) zu erarbeiten • Prämien von Versicherungsprodukten unter Berücksichtigung der Risikostreuung in Zusammenarbeit mit dem Aktuariat zu kalkulieren • Regulatorische Anforderungen in die Prämienberechnung einzubinden • Offerten und Vertragsdokumente gemäss den Zeichnungsrichtlinien zu erstellen
D8: Versicherungspolicen generieren und überwachen	Abschluss, Überwachung und Auswertung Controlling (Sanierung) Rechtsverbindlichkeiten (Eigenkapital, Fremdkapital, Schweizer Solvenztest)	• die Rahmenbedingungen des Versicherungsschutzes unter Berücksichtigung der regulatorischen Anforderungen zu definieren • die Unterschiede von All-Risks vs Standard Wording vs Manuscript Wording in der Vertragsgestaltung zu erkennen und das Risikopotential (z.B. Silent Cyber Cover) zu verfolgen • einzelne Policen und/oder einen ganzen Bestand (Risikogruppe, Branche) anhand von Kennzahlen regelmässig auszuwerten und Schlussfolgerungen abzuleiten

		• die berechneten Kennzahlen zur Rentabilität einzuordnen und Massnahmen abzuleiten • Sanierungsmassnahmen durchzuführen, die mit der Markt- und Konkurrenzsituation sowie der Unternehmensstrategie übereinstimmen • Kriterien für die Anpassung von Prämien festzulegen
Persönliche/soziale Kompetenzen/Haltungen		
Kundenorientierung, Unternehmerisches Denken und Handeln, Urteilsvermögen, strategisches Denken, Integrität, Qualitätsbewusstsein, Flexibilität, Selbstständigkeit, Verantwortungsbewusstsein		

Handlungskompetenzbereich E – Umsetzen von Vertriebsprozessen in Versicherungsunternehmen (Fachrichtung Sales Management)	
Beschreibung des Handlungskompetenzbereichs	Versicherungsfachleute der Fachrichtung Sales Management gewährleisten die möglichst effektive und effiziente Distribution von Versicherungs- und Vorsorgeprodukten sowie Dienstleistungen. Sie gestalten Vertriebsprozesse nach den strategischen und operativen Vorgaben der Unternehmensleitung und sind zuständig für die Erreichung der Umsatzziele. Sie sind verantwortlich für die strategische Planung der Vertriebskanäle und entscheiden über Methoden und Wege des Absatzes. Dazu beobachten sie den Markt und leiten aus den Vertriebsaktivitäten konkurrierender Unternehmen sowie deren Preis- und Konditionengestaltung Schlüsse für das eigene Vorgehen ab. Sie kooperieren mit unterschiedlichen Unternehmensbereichen sowie mit Vertriebspartnerinnen und -partnern. Insbesondere arbeiten sie eng mit dem Marketing zusammen, um bei entsprechenden Aktionen einbezogen zu werden. Sie begleiten die operative Umsetzung der Vertriebsprozesse, überprüfen deren Wirksamkeit und nehmen bei Bedarf Anpassungen vor.
Kontext	Um die Kundinnen und Kunden langfristig an das Unternehmen zu binden, muss ein umfassendes Kundenerlebnis über alle Werbe- und Verkaufsplattformen geschaffen werden. Der Vertriebsprozess soll so gestaltet sein, dass alle zur Verfügung stehenden Kanäle verwendet und miteinander verknüpft werden (Omnichannel-Strategie). Versicherungsfachleute der Fachrichtung Sales Management stellen in Zusammenarbeit mit der Compliance-Abteilung sicher, in Bezug auf den Konsumentenschutz gesetzeskonform zu agieren.

Handlungskompetenzen	Inhalte	Leistungskriterien
		Versicherungsfachleute der Fachrichtung Sales Management sind fähig,
E1: Massnahmen für den Vertrieb von Produkten und/oder Dienstleistungen an der Unternehmensstrategie ausrichten	Unternehmensstrategie kundenzentrierte Optimierung von Prozessen, Aufbau-/Ablauforganisation Unternehmenskultur Umweltanalyse Unternehmensanalyse Risikopolitik (Risikomanagement, Anlagepolitik, Zeichnungspolitik) Trends und Herausforderungen in der Versicherungswirtschaft Digitale Transformation	• kundenzentrierte Verkaufsstrategien und Zielvorgaben für Vertriebsorganisationen von der Unternehmensstrategie abzuleiten • Vor- und Nachteile von verschiedenen Absatzkanälen zu analysieren und die Ergebnisse zu dokumentieren • Vertriebsziele in den unterschiedlichen Kanälen zu formulieren • den regionalen Vertrieb von Produkten und Dienstleistungen zu planen • zielgruppenspezifische Marktbearbeitungsprinzipien zu definieren und umzusetzen
E2: Zielgruppen-, Konkurrenz- und Marktanalyse für den Vertrieb erstellen	Marktanalyse Potentialanalyse SWOT-Analyse Marktpositionierung	• Kriterien für die Zielgruppenbestimmung zu definieren • Daten für eine Zielgruppe zu erheben und die Ergebnisse auszuwerten • anhand von wichtigen Leistungskennzahlen (Key Performance Indicator) geschäftsrelevante Informationen über Mitbewerbende zu erheben (Product Management) • anhand von Konkurrenzanalysen Orientierungspunkte für die eigene Marktpositionierung abzuleiten • Methoden und Instrumentarien zu entwickeln, um den regionalen Markt systematisch zu beobachten • Veränderungen im Marktumfeld von Vertriebsprozessen zu erkennen und zu bewerten • aus den Analysen Verkaufschancen (Opportunitäten) abzuleiten • Erkenntnisse aus der Analyse in geeignete Marktbearbeitungsmassnahmen umzusetzen

E3: Vertriebskonzept erstellen	Vertriebskonzept Prozessmanagement/ Prozessoptimierungen (digitale Technologien) Lean Management (Kanban, Kaizen...) Multilevel-/Online-Vertrieb, Vertrieb über Empfehlungen oder Multiplikatoren. CRM / Kundenmanagement Cross-/Upselling Akquisitionsprozess / Sales Funnel Nachfassen vertriebsspezifischen Herausforderungen (z.B. Quereinsteigende, Variabler Lohn, dezentrale Führung, Führen mit Zahlen, dynamische Arbeitszeiten, hybride Arbeitsformen)	• ein methodisches Vorgehen (markt-, zeit- und benutzergerechte Prozessplanung, -organisation, -optimierung) zur Zielerreichung zu definieren • eine umfassende Leistungsstrategie (Produkte und Dienstleistungen, erweiterte Serviceleistungen) für ein Portefeuille zu formulieren • ein Vertriebskonzept für eine zielgruppenorientierte Marktpositionierung auszuarbeiten • Kundensegmente zu definieren • ein benutzergerechtes Vertriebskonzept für die Vertriebsorganisation (z.B. Aussendienst, Onlinekanäle) zu erstellen • den Einsatz von Social Media- und anderen Kommunikationskanälen zu planen und zielgruppengerecht zu nutzen • Synergien zu Schnittstellen (Product Management/Underwriting, Sales Management und Claims Management) zielführend zu nutzen • ein Betreuungskonzept für Vertriebspartnerinnen und -partner sowie Kundinnen und Kunden zu erstellen • geeignete Massnahmen für die aktive Portefeuille- und Kundenpflege zu definieren • das Vertriebskonzept (Angebotskonzept) periodisch an identifizierte Trends anzupassen • ein Budget für verkaufsfördernde Massnahmen zu erstellen
E4: Implementation und Monitoring der Vertriebsprozesse gemäss den Unternehmenszielen sicherstellen	Prozesssteuerung Controlling In-, Out-, Cosourcing Finanzierungsmodelle Organisation von Regie-/Unternehmensagenturen Underwriting Compliance (Tragweite bzw. Impact)	• markt-, zeit- und benutzergerechte Prozesse in einer Vertriebsorganisationseinheit (z.B. Generalagentur) zu implementieren • Kriterien für die periodische Überprüfung der Wirtschaftlichkeit von Vertriebsprozessen (Controlling) zu definieren • aufgrund der Rendement-Analyse konkrete Monitoring-Massnahmen für die Anpassung von Vertriebsprozessen (inkl. Risikominimierung) abzuleiten • die abgeleiteten Monitoring-Massnahmen umzusetzen

	Regulatorische Vorgaben (Cicero, Fidleg, FINMA, IDD) Wertschöpfungskette	
E5: Vertriebsmitarbeitende bei der Implementation der Vertriebsprozesse begleiten	Leadership / Leitung von Teams/Projekten Gender / Diversity / Interkulturell - was ist der Mehrwert, welches sind die Herausforderungen und wie darauf reagieren, wie können die Rahmenbedingungen geschaffen werden, um dieses Potential ausschöpfen zu können? Corporate Social Responsibility Stakeholdermanagement Changemanagement Organisationsmanagement Plattformökonomie Empowerment	• Anforderungsprofile für Mitarbeitende in Vertriebsprozessen zu erstellen • Schulungen für Mitarbeitende betreffend Vertriebsprozesse durchzuführen • Mitarbeitende auf Diversity-Aspekte in den Vertriebsprozessen und -aktivitäten zu sensibilisieren • Aktivitäten von Vertriebsteams mit geeigneten Mitteln zu koordinieren, um die Zielerreichung sicherzustellen
Persönliche/soziale Kompetenzen/Haltungen		
Kommunikationsfähigkeit, Verhandlungsgeschick, Überzeugungskraft, Urteilsvermögen, analytisches, systemisches und wirtschaftliches Denken, Leistungsorientierung, Empathie, Resilienz		

Handlungskompetenzbereich F – Regulieren von Schaden- und Leistungsfällen

(Fachrichtung Claims Management)

Beschreibung des Handlungskompetenzbereichs

Versicherungsfachleute der Fachrichtung Claims Management betreuen selbstständig komplexe Schadenfälle. Bei Eingang der Schadensmeldung tragen sie speditiv relevante Fakten zur gründlichen Abklärung des Sachverhaltes und der Plausibilität des Schadenhergangs zusammen, bei Bedarf auch vor Ort. Sie beraten Kundinnen und Kunden in Bezug auf eine speditive Abwicklung sowie auf ihre Mitwirkungspflicht zur Minderung von Schäden. Sie prüfen und beurteilen anspruchsvolle Deckungs- und Haftfragen und leiten zeitnah notwendige Sofortmassnahmen ein, um das Schadenausmass so gering wie möglich zu halten und Folgeschäden zu verhindern. Dabei koordinieren sie externe Spezialistinnen und Spezialisten (z.B. Bauingenieurinnen und -ingenieure, medizinisches Fachpersonal) sowie Dienstleistende und stellen sicher, dass die Dienstleistungen zeitnah erbracht werden. Bevor die Schadensumme ausbezahlt wird, muss die Schuldfrage zwischen den betroffenen Parteien gelöst werden. Weiter stellen Versicherungsfachleute der Fachrichtung Claims Management fest, ob die Ansprüche der Schadensnehmerin oder des Schadensnehmers gerechtfertigt sind und leiten im Falle einer Obliegenheitsverletzung den Regressprozess ein. Sie pflegen eine professionelle Beziehung zu Behörden sowie internen Fachstellen und externen Spezialistinnen und Spezialisten und holen bei Bedarf entsprechende Gutachten ein.

Kontext

Bei der Abwicklung von Schaden- und Leistungsprozessen leisten Versicherungsfachleute mit einem kundenorientierten Schadenmanagement sowie einer effizienten Fallführung einen wesentlichen Beitrag für die Kundenbindung. Dabei lassen sie sowohl die gesetzlichen und regulatorischen Bestimmungen als auch den Gesamtkontext des Unternehmens nicht aus den Augen. Versicherungsfachleute kommunizieren dank ihres fundierten Fachwissens gewandt mit unterschiedlichen Anspruchsgruppen. Die Verhandlungsführung mit Geschädigten, Versicherten, Anwältinnen und Anwälten, Expertinnen und Experten und weiteren Partnerinnen und Partnern erfordert ein hohes Mass an Durchsetzungsvermögen sowie ausgeprägte Koordinations- und Kommunikationsfähigkeiten.

Handlungskompetenzen	Inhalte	Leistungskriterien
		Versicherungsfachleute der Fachrichtung Claims Management sind fähig,
F1: Schaden- und Leistungsfälle registrieren und Sofortmassnahmen sicherstellen	Versicherungsprodukte und Provider / Abwicklung von Schaden- u. Leistungsfallprozessen Rechtliche Aspekte der Leistungserbringung und -ablehnung (VVG, OR, ZGB, AVB, Einzelgesetze, ATSG, BVM, APV) Rechtliche Grundlagen des Subsumierens 4-Ebenen-Modell (Rechts- und Haftungsbeziehungen) Folgen der Verletzung von Obliegenheiten (z.B. Prämien, Fallmeldung) Kundenorientiertes Schadenmanagement in digitalen Ökosystemen	• bei Anzeige eines Versicherungsfalles eine formelle und materielle Deckungsprüfung vorzunehmen • die spezifischen Versicherungsdeckungen (z.B. Police, AVB) zu prüfen • den Umfang der vertraglich vereinbarten Leistungspflicht einzuschätzen • Schadenmeldungen laufend auf Kohärenz zu prüfen (Versicherungsmissbrauch) • Anzeigepflichtverletzungen zu prüfen • erforderliche Bearbeitungs- und Schadenminderungsmassnahmen unter allfälligem Einbezug von externen Dienstleistern in die Wege zu leiten • relevante Informationen aus digitalen Ökosystemen für ein kundenorientiertes Schadenmanagement zu beziehen
F2: Sachverhalt von Schaden- und Leistungsfällen ermitteln	Branchen-Prozesse Personen-Versicherung (z.B. Wiedereingliederung) - Sach-Versicherung - Haftpflicht-Versicherung Schadenrückstellungssystematik	• Schaden- und Leistungsfallprozesse unter Berücksichtigung der gesetzlichen und betrieblichen Vorgaben anzuwenden • situationsbezogene Informationen zur Sachverhaltsabklärung (inkl. rudimentäre Regressprüfung) unter allfälligem Einbezug von Providern einzuholen • den Rückstellungsbedarf festzulegen

		• Strategien für die persönliche Abgrenzung bei emotional anspruchsvollen Fällen anzuwenden
F3: Leistungserbringung aufgrund von Leistungsprüfung auslösen	Police, AVB Kooperation mit Providern Revisionen von Leistungen Schadensregulierung	• zugewiesene Schaden- und Leistungsfälle unter allfälligem Einbezug von Providern abzuwickeln • die spezifischen Leistungsansprüche unter Berücksichtigung der Prämienzahlungsstände zu prüfen • Leistungszahlungen sowie das Erbringen von Sachleistungen zu veranlassen • periodische Revisionen von Leistungen (z.B. von Renten) durchzuführen
F4: Regressprozesse abwickeln	Rechtliche Grundlagen	• Regressmöglichkeiten im spezifischen Schadenfall zu erkennen und bei Bedarf interne Fachstellen und externe Spezialistinnen und Spezialisten sowie Dienstleistende beizuziehen • Regressprozesse (inkl. Verrechnung) im spezifischen Schadenfall anzuwenden und zu überwachen • den Regressanspruch von Versicherungsnehmenden und Dritten zu identifizieren und die Rückforderungssumme von geleisteten Schadensersatzzahlungen festzulegen • Verhandlungen mit Anspruchsstellenden, juristischen Fachpersonen und anderen Versicherungsgesellschaften zu führen
F5: Schaden und Leistungsfälle abschliessen	rechtliche Grundlagen (AVB, Datenschutzgesetz, GwG, VVG usw.)	• die Auszahlung der Schadensumme nach Prüfung der eingereichten Belege zu veranlassen • Versicherungspolicen zu prüfen und gegebenenfalls anzupassen • Schadenfälle zu reflektieren, allfällige Massnahmen abzuleiten und gegebenenfalls fachbereichsübergreifend weitere Schritte einzuleiten • Schadendossiers den rechtlichen Vorgaben entsprechend zu archivieren

Persönliche/soziale Kompetenzen/Haltungen

Analysefähigkeit, systemisches Denken, Überzeugungsfähigkeit, Verantwortungsbewusstsein, Prozessorientierung, Kundenorientierung, Integrität, Flexibilität, Koordinationsfähigkeit, Verhandlungsgeschick

Handlungskompetenzbereich G – Entwickeln und Betreuen von standeskonformen Brokermandaten (Fachrichtung Broking)	
Beschreibung des Handlungskompetenzbereichs	Versicherungsfachleute der Fachrichtung Broking entwickeln für ihre Tätigkeit eine Geschäftsstrategie gemäss den Regeln des Berufsstandes. Sie gewichten die regulatorischen und volkswirtschaftlichen Entwicklungen und deren Auswirkungen auf den Versicherungsmarkt. Sie leiten adäquate Massnahmen ab und etablieren solide Zusammenarbeitsformen mit den bedeutenden Versicherungs- und Vorsorgeunternehmen im Schweizer und internationalen Markt. Versicherungsfachleute der Fachrichtung Broking analysieren den Markt selbständig, erkennen das eigene Marktpotential und filtern daraus ihre Zielgruppen. Sie nehmen mit den potentiellen Kundinnen und Kunden Kontakt auf und eruieren deren Bedürfnisse mit dem Ziel, ein Mandat zu generieren. Sie sichern mit systematisch definierten Prozessen die langfristige Beziehung zu den Kundinnen und Kunden (CRM). Versicherungsfachleute der Fachrichtung Broking erbringen für ihre Kundinnen und Kunden verschiedenste Dienstleistungen im Rahmen ihres Mandates. Sie erstellen auf der Basis einer Risikoanalyse ein bedarfsgerechtes Deckungskonzept, holen bei in Fragen kommenden Versicherern Offerten ein, prüfen diese und geben eine entsprechende Empfehlung ab. Wenn sich die Kundin resp. der Kunde entschieden hat, welche Versicherungsverträge sie oder er eingehen will, platzieren Versicherungsfachleute der Fachrichtung Broking diese bei der entsprechenden Versicherungsgesellschaft. Sie überprüfen die Policen ihrer Kundinnen und Kunden periodisch, geben Handlungsempfehlungen ab und veranlassen bei den Versicherern die nötigen Vertragsanpassungen. Im Schaden- oder Leistungsfall agieren sie kundenorientiert, koordinieren die nötigen Prozesse, nehmen an Schadenbesprechungen teil und unterstützen die Kundinnen und Kunden bei der Geltendmachung ihrer Versicherungsansprüche.
Kontext	Versicherungsbrokerin oder -broker ist, wer aufgrund einer privatrechtlichen Vereinbarung eine Dienstleistung auf dem Gebiet der Risikoberatung und der Versicherung erbringt und weder rechtlich noch wirtschaftlich an einen Versicherer gebunden ist. Die Versicherungsvermittlung ist seit dem Inkrafttreten der Totalrevision des VAG (Versicherungsaufsichtsgesetz) anfangs 2006 EU-kompatibel und mit Informations- und Registrierungspflichten reguliert. Nach Art. 43 Abs. 1 Versicherungsaufsichtsgesetz (VAG) müssen sich ungebundene Versicherungsvermittlerinnen und -vermittler seit dem 1. Januar 2006 im öffentlich geführten Register der eidg. Finanzmarktaufsicht (FINMA) eintragen¹. Um allfällig resultierende Haftungsansprüche zu verhindern, verhalten sie sich gegenüber den Kundinnen und Kunden, den Versicherer und Anbietenden von Finanzprodukten sowie gegenüber

	Behörden und Mitbewerberinnen und -bewerber stets fair, verantwortungsbewusst und regelkonform. Versicherungsfachleute der Fachrichtung Broking tragen mit ihrer Arbeit zur finanziellen Sicherheit ihrer Kundinnen und Kunden bei. Sie sorgen mit ihren Empfehlungen für eine adäquate Abdeckung sämtlicher Risiken und überprüfen periodisch den Stand der Dossiers resp. die Aktualität der Policen. Sie sind in der Lage, mit unterschiedlich komplexen Ansprüchen ihre Kundinnen und Kunden umzugehen und Handlungsempfehlungen abzugeben, die für alle Beteiligten optimal sind. Eine kontinuierliche zertifizierte und nachgewiesene Aus- und Weiterbildung ist unerlässlich für die professionelle Ausübung der Tätigkeit.
--	--

¹ Zur Zeit werden diese im Moment gültigen gesetzlichen Grundlagen in den zuständigen Gremien beraten und können Änderungen erfahren.

Handlungskompetenzen	Inhalte	Leistungskriterien
		Versicherungsfachleute sind fähig,
G1: Zusammenarbeit mit den Anbietern von Versicherungs- und Vorsorgelösungen unter Einhaltung der regulatorischen Vorgaben etablieren	öffentliches Recht, Versicherungsaufsichts- und Versicherungsertragsgesetz, Gesellschafts-, Aufsichts-, Privatversicherungs-, Sozialversicherungsrecht, Versicherungsprodukte und Provider, Provider im Schweizer Markt, Internationale Abkommen, regulatorische Normen bei Versicherungsabschluss	• basierend auf einer Markt- und Trendanalyse mögliche Kooperationen mit Anbietenden von Versicherungs- und Vorsorgelösungen (= Versicherer) zu wählen • Kooperationen mit Versicherern gemäss den gesetzlichen Bestimmungen einzugehen • die Geschäftsstrategie zu definieren und einen Businessplan zu erstellen • eine langfristige Zusammenarbeit mit Versicherern aufzubauen
G2: Versicherungsrelevante Kundenzielgruppe definieren	Risiko-, Versicherungs- und Vorsorgepolitik, regulatorische Vorgaben, Versicherungsaufsichts- und Versicherungsvertragsgesetz	• gemäss Businessplan potentielle Kundinnen und Kunden zu definieren • Kennzahlen und Rentabilität für die Kundengewinnung und den Ausbau von Mandaten zu bestimmen • geeignete Akquisitionsstrategien zu entwickeln
G3: Brokermandate strategiekonform akquirieren und pflegen	Informations- und Dokumentationspflicht, Beratungshaftpflicht, Datenschutz	• die gewählte Akquisitionsstrategie anzuwenden • die Bedürfnisse der Kundinnen und Kunden bezüglich Mandatsausgestaltung zu ergründen • den Kundinnen und Kunden die Vorteile einer neutralen Beratung aufzuzeigen • die Kundinnen und Kunden korrekt über die Rechte und Pflichten im Mandatsverhältnis sowie über Haftungsbestimmungen zu informieren • den Mandatseintritt korrekt abzuwickeln • langfristige Kundenbeziehungen mit einer systematischen Gestaltung der Kundenbeziehungsprozesse (CRM) sicherzustellen • den Kundenstamm systematisch unter anderem mit Hilfe von geeigneter Software und unter Einhaltung der Datenschutzbestimmungen zu bewirtschaften

G4: Deckungskonzept für die Versicherungsrisiken der Kundschaft erstellen	Risiko-, Versicherungs- und Vorsorgepolitik, Sozialversicherungen, Versicherungsprodukte und Provider, Versicherungsaufsichts- und Versicherungsvertragsgesetz, Privatversicherungs-, Sozialversicherungs-, Gesellschafts- und Aufsichtsrecht, öffentliches Recht	• die Risikogefährdung einer Kundin oder eines Kunden festzustellen • die finanzielle Situation der Kundin oder des Kunden korrekt einzuschätzen • eine fundierte Entscheidungsgrundlage zur Risiko-, Versicherungs- und Vorsorgepolitik zu erarbeiten • bei Bedarf die geeigneten Fachleute beizuziehen • ein für die Kundin oder den Kunden optimales und wirtschaftlich kostengünstiges Deckungskonzept zu erstellen • der Kundin oder dem Kunden das Deckungskonzept zu erläutern
G5: Gewünschte Versicherungsdeckung ausschreiben	Underwriting. Provider im Schweizer Markt, Internationale Abkommen	• eine Ausschreibung zu planen • ein Ausschreibungsprofil zu erstellen • die Angebote der Versicherer anhand verschiedener Kriterien wie Bonität, administrativer Abwicklung und Schadenerfahrung zu bewerten • mit den Versicherern zu verhandeln • einen Offertenvergleich zu erstellen
G6: Adäquate Versicherungspolicen bestimmen und abschliessen	regulatorische Normen bei Versicherungsabschluss	• den Offertenvergleich mit der Kundin oder dem Kunden zu besprechen • den Kundenentscheid umzusetzen • die Verträge abzuschliessen
G7: Versicherungspolicen der Kundinnen und Kunden verwalten	Personenversicherung, Auswirkungen Lohn-, Umsatz-, Werte- und weiteren Deklarationen, elektronisches Lohnmeldewesen ELM, Versicherungsprodukte, internationale Vorgaben bei der Ausfertigung von Versicherungsverträgen	• Versicherungspolicen zu bewerten und bei risikorelevanten Veränderungen den Handlungsbedarf abzuleiten • die Vertragsanpassungen mit der Kundin oder dem Kunden zu definieren und Handlungsempfehlungen abzugeben • Vertragsanpassungen beim Versicherer zu veranlassen und zu überprüfen (wie z.B. Prämienrechnungen kontrollieren) • die Kundin oder den Kunden bei der Erstellung der jährlichen Lohn-, Umsatz-, Werte- und weiteren Deklarationen zu unterstützen • für die Kundin oder den Kunden eine geeignete Jahresplanung vorzunehmen und die Verträge bedarfsgerecht anzupassen

G8: Schaden- und Leistungsprozesse mandatskonform abwickeln	Sach- und Haftpflichtrecht, Sozialversicherungsrecht, Strassenverkehrsgesetz	• bei einem Schaden- oder Leistungsfall adäquat zu agieren sowie Sofortmassnahmen einwandfrei einzuleiten • die Schaden- und Leistungsfallprozesse korrekt anzuwenden und zu koordinieren • an Schadensverhandlungen die Interessen der Kundin oder des Kunden zu vertreten, und mit den Versicherern zu verhandeln • bei Bedarf Spezialistinnen und Spezialisten zu vermitteln • die Schadensumme zu plausibilisieren, Leistungen korrekt zu berechnen sowie Auszahlungen zu veranlassen • die berechneten Kennzahlen zur Rentabilität einordnen und Massnahmen ableiten • administrative Unterstützung sicherzustellen
Persönliche/soziale Kompetenzen/Haltungen		
Kundenorientierung, Verhandlungsgeschick, Integrität, Unternehmerisches/Agiles Denken und Handeln, Selbstständigkeit, Urteilsvermögen, Verantwortungsbewusstsein, Prozessorientierung, Flexibilität		