

Österreich € 7,00, Deutschland € 8,00

# der **FINANZ**berater

DAS erste PRAXISMAGZIN für die Finanzbranche im D-A-CH Raum

AUSGABE 05 / 2009

**WISSEN  
ist MACHT**

[www.dFb-blog.com](http://www.dFb-blog.com)



# 2. WIENER WISSENSFORUM

MENSCHEN BEGEISTERN - UNTERNEHMEN AKTIVIEREN



*Cristián  
Gálvez*



*Dr. Marco  
Freiherr von  
Münchhausen*



*Dr. Alex  
Witasek*



*Prof. Dr.  
Christian  
Blümelhuber*



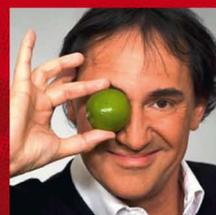
*Helmut  
Muthers*



*Oliver  
Geisselhart*



*Nadja  
Maleh*



*Roman  
Szeliga*

**Freitag, 20. November 2009**

Eventhotel Pyramide · Vösendorf bei Wien · 12:00 Uhr – ca. 20:00 Uhr

**Das führende Bildungsevent in Österreich  
mit internationalen Spitzenreferenten**

„Erfolg lebt von Initiative!“ – Das ist das Motto des Wissensforums, auf denen Speakers Excellence hochkarätige Spitzenreferenten präsentiert. Auf informative und unterhaltsame Weise vermitteln sie ihr Experten-Wissen in den Bereichen Wirtschaft, Politik, Bildung und Gesundheit. Erleben Sie einen eindrucksvollen Tag voller neuer Kontakte, Ideen und Impulse auf dem 2. Wiener Wissensforum.

**Für FINANZberater Leser haben wir etwas ganz Besonderes!**

**“9 Karten zum SONDERRABATT“**

Reagieren Sie schnell!

Die ersten 3 Leser, die sich melden, bekommen die Karten um 50% günstiger: 62 EUR statt 125 EUR  
Der 4.-6. Leser, der sich meldet, bekommt die Karte um 40% günstiger: 75 EUR statt 125 EUR  
Der 7. - 9. Leser, der sich meldet, bekommt die Karte um 30% günstiger: 88 EUR statt 125 EUR  
Preise verstehen sich inkl. MwSt.

Schicken Sie uns gleich eine Email mit dem Betreff „WISSEN“ an [dn@der-finanz-berater.com](mailto:dn@der-finanz-berater.com)

Die GEWINNER werden im Blog [www.dFb-blog.com](http://www.dFb-blog.com) bekanntgegeben und per Email verständigt!

Alle anderen Leser bekommen die Karten unter:

PROGRAMM & ANMELDUNG UNTER  
[WWW.WIENER-WISSENSFORUM.AT](http://WWW.WIENER-WISSENSFORUM.AT)



**+43 1 230 603 995**

## WISSEN ist MACHT

Bei einem Gespräch letzte Woche mit einem „erfolgreichen“ Finanzberater sagte mir dieser, er halte nichts davon, sich weiterzubilden und besuche in der Regel sehr wenige Fachveranstaltungen oder Schulungen.

Meine Frage: **Gehören Sie auch zu der Gruppe der Allwissenden?**

Oder macht es vielleicht doch Sinn, sich mit Fach- und Praxisthemen zu beschäftigen oder auch über den Tellerrand hinaus zu blicken?

Ich finde es fatal, wenn man der Meinung ist, man müsste nicht mehr dazulernen!

Es gibt Kollegen, die der Meinung sind:

„Alles was neu ist, ist schlecht!“ Dann kommt der Nachsatz: „Ich arbeite bereits seit 15, 20, 30 Jahren so, und bis jetzt war ich erfolgreich damit. Wieso sollte ich mich mit Internet, Web 2.0, ETF's, geschlossenen Fonds usw. beschäftigen?! Hat ja bis jetzt auch ohne dem neuen Schnickschnack funktioniert.“

Ein Freund und Geschäftspartner sagt immer: **„Wer nicht wächst, der stirbt!“**

Lassen Sie sich durch die Beiträge unserer Autoren über „Web 2.0 – Geld verdienen im Internet“, „V-förmige Erholung der Weltkonjunktur“, „Trojanischem Marketing – mit unkonventioneller Werbung zum Markterfolg“ und „Motivation - jetzt durchstarten“ inspirieren und nehmen Sie Kontakt mit den Autoren auf, um noch das Maximum aus dem Jahr 2009 herauszuholen.

Ich wünsche Ihnen viel Spaß beim Lesen dieser Ausgabe!

Sind Sie auch auf der Suche nach neuen Kooperationen, Bürogemeinschaften oder Sonstigem?

Dann schreiben Sie uns.

PS: Besuchen Sie das Wiener Wissensforum am 20.11. – Sie werden 6 Top Referenten dort erleben.

Einige Last Minute Karten gibt es noch:

Mehr dazu im Blog: [www.dfb-blog.com](http://www.dfb-blog.com)

Mit kollegialen Grüßen

Dejan Novakovic

Herausgeber

[dn@der-finanz-berater.com](mailto:dn@der-finanz-berater.com)

XING  twitter



### Impressum

**Herausgeber:** Dejan Novakovic  
Baumgasse 29-31/66/4, 1030 Wien

[www.der-finanz-berater.com](http://www.der-finanz-berater.com)

[dn@der-finanz-berater.com](mailto:dn@der-finanz-berater.com)

**Tel.** +43 650 353 73 97

**Layout & Grafik:** Mario Groschner

**Newsletter-Layout:** SEIMO, Josef Bauer

**Erscheinungsweise:** monatlich

Haftungshinweis für Inhalt&Links:

Für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität der Inhalte ist der Autor verantwortlich. Wir übernehmen keine Haftung.  
Copyright 2008 by Dejan Novakovic

**Newsletter Anmeldung und alle Artikel finden Sie unter [www.dFb-blog.com](http://www.dFb-blog.com)**

**Kooperationspartner:**



# Jetzt durchstarten, wenn andere aufgeben!

Krisenzeiten bieten große Möglichkeiten – wenn man Courage hat.

Die Zeiten sind schlecht, nicht wahr? Finanzkrise sei Dank bewegt sich das Image der Finanzberater irgendwo zwischen Gebrauchtwagenhändler und Gauner. Die Kunden sind misstrauisch geworden und stellen sich Fragen. Und was machen viele Finanzberater? Sie machen sich rar oder geben ganz auf. Zwar würde man gern, aber unter den derzeitigen Bedingungen und aufgrund dieser und jener Umstände ... Letztendlich lautet das Motto: Füße ruhig halten, Krise aussitzen.

Mit dieser Strategie stellen Sie am Ende fest: Meine Kunden sind weg, die Konkurrenz dick im Rennen!

## Der Feind ist in uns

Wenn die Krise etwas im Überfluss bietet, dann sind es Ausreden und Alibis. Das Fleisch ist willig, doch der Geist ist schwach! Es sind nicht die Schlagzeilen über „Bad Banks“ und das Image der Finanzdienstleister als „Sündenböcke der Nation“, die dem Erfolg im Weg stehen. Der Feind ist in uns, es ist der eigene Kopf, der uns die Barrieren in den Weg stellt. Er lamentiert, wägt ab, verwirft, greift von neuem auf und überdenkt dann alles am Ende noch einmal und noch einmal. Kennen Sie das? Dann befreien Sie sich von Ihrem Kopf! Er ist die Geißel, die Sie am durchstarten hindert!

## Schluss mit den Ausreden

Wie heißt es so schön: Das Glück ist mit den Tüchtigen. Doch die Tüchtigen haben begriffen, dass ihr Widersacher Nr. 1 der innere Schweinehund ist. ER



Jörg Laubrinus

muss in Ketten gelegt werden, nicht der eigene Tatendrang. Wer anpackt und Lösungen erarbeitet (anstatt auf Problemen herumzukauen), wer Schluss macht mit dem ewigen Krisengejammer (anstatt sich Ausreden zu schaffen), wer das Wagnis eingeht, auch mal einen Fehler zu begehen (und dabei das Meiste richtig macht), der hat alle Trümpfe in der Hand. Wer den Macher in sich entdeckt und das eigene Schicksal in die Hand nimmt, der wird „Krise sei Dank“ zum Gewinner! Die Spreu trennt sich vom Weizen. Auf welcher Seite stehen Sie?

## Vertrauen gewinnen

Es gilt Präsenz zu zeigen. Suchen Sie den Kontakt zu Ihren Kunden. Es mag Überwindung kosten, sich den Fragen nach den Empfehlungen der Vergangenheit zu stellen. Doch Finanzberater, die

vor Ort sind, offen Auskunft geben und plausible Lösungen aufzeigen, können JETZT punkten. Ein Blick auf die Marktforschung zeigt, warum dem so ist: Das Kernelement jeglicher Markenkommunikation heißt Vertrauen. Nicht das Marketing und die Unternehmenskommunikation sind hierfür ausschlaggebend, sondern der persönliche Kontakt zu den Vertriebsmitarbeitern.

## Jetzt Präsenz zeigen

Hier liegt die große Chance für alle Finanzberater. Überlassen Sie die Krise den anderen und starten Sie selbst durch. Die Kunden brauchen JETZT kompetente Beratung, sie brauchen JETZT einen Ansprechpartner und nicht, wenn wieder eitel Sonnenschein herrscht. Worauf warten Sie? Grübeln Sie etwa schon wieder darüber, ob hier was Wahres dran ist, oder nicht? Grübeln Sie ruhig weiter, die Kollegen machen derweil die Arbeit – und bald auch Ihre Profite. Handeln Sie jetzt und sichern Sie sich dadurch Ihre Kunden und Ihre Zukunft!

## Zur Person:

**Jörg Laubrinus ist Geschäftsführer von Vertrieb24 - Die Vertrieboptimierer GmbH & Co. KG und steht für 30 Jahre Praxiserfahrung in Verkauf, Führung und Training. Er ist Verkäufer aus Leidenschaft und Experte für Vertriebsstrategie und Verkaufspsychologie. Als der Praktiker unter den Verkaufstrainern hat er sämtliche Höhen und Tiefen des Vertriebsalltags selbst erlebt.**

[www.vertrieb24.com](http://www.vertrieb24.com)



## Große Wirkung zum kleinen Preis!

### EXKLUSIVE WERBUNG für TOP-FINANZ-BERATER

Wir machen Werbung für SIE über Google Adwords! Sie kriegen die Anfragen der Kunden direkt per Email zugeschickt. Pro Region und Sparte (Versicherung, Finanzierung, Vermögensberatung etc.) wird es nur einen! Berater geben. Werbeinvestition: 50 EUR pro Monat.

Start: Dezember 2009 [www.top-finanz-berater.at](http://www.top-finanz-berater.at) Info: [info@top-finanz-berater.at](mailto:info@top-finanz-berater.at)

# Lässt sich im Web 2.0 Geld verdienen?

Diese Frage scheint ja nicht nur in der Finanzbranche wichtig zu sein. Schließlich war der Erfolg im Internet noch vor einigen Jahren totgeglaubt.

Von Thomas Kilian, [www.Thoxan.com](http://www.Thoxan.com)

Die Blase von bis dahin äußerst erfolgreichen Online-Unternehmen war geplatzt. Shop-Systeme gingen pleite, große Internetportale und Online-Plattformen warfen keine Gewinne mehr ab. Zahlreiche Unternehmen hatten sich mit Ihren Investitionen in virtuelle Startups verspekuliert und dabei anscheinend aufs falsche Pferd gesetzt. Doch nur wenige Jahre später steht eine neue Generation in den Startlöchern.

So beschreibt „Web 2.0“ zum einen die nahezu revolutionäre Entwicklung des Internets seit dem Jahr 2004: Ausschlaggebend war die rasante Verbreitung der sogenannten „Weblogs“, auch als „Blogs“ abgekürzt. In diesen Online-Journalen veröffentlichen Blogger regelmäßige Beiträge, die rückwärts chronologisch geordnet und mit Hilfe von so genannten RSS-Feeds abonniert werden.

Zum anderen bezeichnet „Web 2.0“ eine ganze Fülle von Funktionen, die von der Beteiligung durch Internet-User leben. „User Generated Content“ (zu Dt. „Inhalte, die von den Benutzern bereit gestellt werden“) ist das Zauberwort, das aus dem bisher passiven und konsumorientierten Web eine Plattform zur aktiven Teilnahme macht. „Web 2.0“ wird deshalb auch als „Mitmach-Web“ bezeichnet.

## Wie sich das „Mitmach-Web“ zum Kundenfang eignet

Neben dem Online-Lexikon Wikipedia, der Bookmark-Sammlung Mister Wong oder die Videoplattform Youtube gibt es im Web 2.0 auch einige Tools, mit denen sich konkret neue Kunden gewinnen lassen. Erstes konkretes Beispiel ist ein **Corporate Weblog**. Dieser dient dazu, mit Interessenten und damit den potentiellen Kunden in Dialog zu treten.

Wichtig ist beim Dialog, dass wirklich eine Kommunikation zwischen Blogger und Leser stattfindet. Folgende Fehler sollten Sie vermeiden:

1. Sie schreiben nicht regelmäßig genug, um Leser zu erreichen. Ich empfehle, wenigstens 1-2 Mal pro Woche einen Artikel im Weblog zu veröffentlichen.

2. Sie reagieren nicht auf Kommentare im Weblog. Wer Ihnen schreibt und nicht zeitnah eine Antwort erhält, ist schnell frustriert. Ich empfehle, jeden Tag einen festen Zeitpunkt anzusetzen, an dem Sie in den Dialog treten.

3. Sie nehmen Ihre Leser nicht ernst. Wenn Sie das Blog nur als „Mittel zum Zweck“ betrachten, um neue „Opfer“ zu finden, dann funktioniert diese Form des Dialogs nicht – kann sogar ins Negative umschlagen (Reputationsverlust).

Neben dem Dialog mit Ihren Lesern eignen sich Weblogs aber auch, um starke Verbindungen innerhalb der so genannten „Blogosphäre“ aufzubauen. Darüber hinaus führt die Auflistung in Social Bookmark Verzeichnissen oder anderen Diensten zu einer erhöhten Wahrnehmung. Der Networking-Gedanke wird durch die Funktionen von „Social Software“ insgesamt stark erleichtert.

**Zweites Beispiel: Twitter.** Dieser Microblogging-Dienst erlaubt es jedem Benutzer, Nachrichten mit bis zu 140 Zeichen Länge zu „zwitschern“. Jeder, der Ihrem Twitter-Profil folgt, erfährt dann, was Sie Neues zu berichten haben. Auch wenn dieser Dienst von einigen als „pure Zeitverschwendung“ angesehen wird, so bieten sich dank Twitter ausgezeichnete Möglichkeiten für...

1. ...den Dialog mit anderen Twitter-Usern (es werden täglich mehr).

2. ...die Verbreitung von interessanten Links, Fachartikeln, Podcasts, Ratschlägen, Anwendungsbeispielen etc.

3. ...schnelle Reaktionen („Sitzt gerade noch jemand am Frankfurter Flughafen und langweilt sich? Lass uns doch zusammen nen Kaffee trinken gehen!“)

4. ...schnelle Antworten („Wer weiß, wie ich die neue XTJG767 zum Laufen bringe?“)

5. ...den Aufbau der eigenen digitalen Reputation, bspw. indem ich regelmäßige auf gute Inhalte aus meinem Themengebiet hinweise („Wenn der Herr Müller so viel über Steuerberatung weiß, dann muss er ja wirklich vom Fach sein!“).

## Reputationsaufbau durch Social Media Anwendungen

Wie im fünften Punkt beschrieben, steigert die Nutzung moderner und innovativer Medien auch das Image eines Unternehmens. Wer will schon gerne die Chance verpassen, vorne mit dabei zu sein? „Web 2.0“ bietet die Möglichkeit, im Werbedschungel schneller und effektiver voran zu kommen. Doch im Gegensatz zur ersten Internet-Generation scheint die Weiterentwicklung des Internets nun stark genug zu sein, auch nachhaltigen Erfolg zu garantieren.

**Thomas Kilian leitet eine Werbeagentur und hat sich auf die Neukunden-Gewinnung im Internet spezialisiert. Der studierte Germanist hat ein Faible für Neue Medien, professionelle Texte und freches Marketing.**



256 Seiten, zahlreiche Abbildungen, Schaubilder und Checklisten  
 24,80 Eur[D] / 25,60 Eur[A] / 37,90 CHF  
 UVP  
 ISBN-13: 978-3-938358-86-3

Weitere Informationen zum Buch und Bestellmöglichkeit unter [www.igel-faktor.de](http://www.igel-faktor.de)

# Der „trojanische Guide“ zur Adressbeschaffung

Der Autor Roman Anlanger (Bestseller: Trojanisches Marketing) hatte im Zuge von Beratungsgesprächen mit einem jungen Steuerberater zu tun, der sich über das flau Anfangsgeschäft beklagte.

<http://www.trojanischesmarketing.com/>



„Wie soll man bei dieser Anzahl von konkurrierenden Steuerberatern und all den großen internationalen Steuerberatungsgesellschaften noch sein eigenes Geld verdienen?“, lautete seine deprimiert wirkende Frage. Als Lösung wurde ein Guide (= Fibel) mit dem Titel „Nachhaltig Steuersparen für den Mittelstand“ konzipiert. Darin wurden mit Hilfe von Storytelling einfache Konzeptionen aufgezeigt, wie mittelständische Unternehmungen ohne großen Aufwand erhebliche Steuersparpotenziale erreichen können. Im nächsten Schritt wurden Kleinstanzeigen in ausgesuchten Medien für den Mittelstand geschaltet, die einen Hinweis auf diesen wertvollen Guide gaben. Der Vorteil dieser Kleinstanzeigen bestand darin, dass niedrigste Inseratkosten anfielen, was gerade für einen jungen Steuerberater von Vorteil ist, da er noch über kein ausreichendes Marketingbudget verfügt. Der Guide wurde zum Download auf seiner Homepage angeboten. Da die anfragenden Firmen ihre Adresse sowie Ansprechpartner bekannt geben mussten, entstand in kürzester Zeit eine wertvolle Datenbasis potenzieller Neukunden, und viele Unternehmen, die zuvor den Guide heruntergeladen hatten, riefen später an und bedankten sich herzlich für diese tollen kostenlosen Informationen. Einige der Unternehmen waren mit ihrem bisherigen Steuerberater nicht zufrieden und engagierten daraufhin den jungen Steuerexperten, der jetzt – und das in kür-



Roman Anlanger

zester Zeit – volle Auftragsbücher hat. Ein weiterer Aspekt war, dass der junge Steuerberater relativ schnell eine große Bekanntheit erreichte und ein Image als kompetenter Mann fürs Steuersparen aufbauen konnte. Diesen Aspekt erkannten auch Journalisten, und er wurde daraufhin häufig in Presseberichten zum Thema Steuersparen zitiert.

## Der trojanische Aspekt des Guides

In diesem Fall wird die Information über das Steuersparen, der Guide „Nachhaltig Steuersparen für den Mittelstand“, als Trojanisches Pferd für die Beschaffung von zielgruppenrelevanten Adressen verwendet. Durch das Trojanische Pferd, den Guide, kann innerhalb kürzester Zeit eine Datenbank aufge-

baut werden, die Grundlage für rasche Bekanntheit ist. Weiterhin stärkt der Guide auch das positive Image des Steuerberaters, denn alle Leistungen werden darin „objektiv“ positiv dargestellt.

## Marketingtipp

Bieten Sie einen Guide (= Fibel) immer gratis an, dann wird er auch gerne und bereitwillig angenommen, da Konsumenten immer auf der Suche nach Informationen sind, die ihnen das Leben erleichtern. So könnte ein Steuerberater eine „Steuersparfibel“ konzipieren und ein Arzt einen „Gesundheits-Ratgeber“ in Umlauf bringen.

## Was ist das spezifische am Trojanischen Marketing?

Die bekannteste Kriegslist aller Zeiten, das trojanische Pferd, wurde für das Marketing von heute institutionalisiert, um die Kunden wieder zu erreichen, mitten ins Kundenherz. Das „normale“ Marketing rechnet mit existierenden Märkten. Beim Trojanischen Marketing hingegen sucht man nach „zu schaffen den Märkten“. Daraus leitet sich auch die Definition des Trojanischen Marketings ab: „Trojanisches Marketing ist das konsequente, systematische Suchen, Identifizieren und Nutzen „trojanischer Pferde“. Ein trojanisches Pferd ist alles, was geeignet ist, auf indirekten unkonventionellen Wegen, d.h. abseits von verstopften Informationskanälen, die Zielgruppe nachhaltig zu erreichen“.

## 99 EUR Website Workshop

Wir bieten Ihnen in einem 3 Std. Workshop für einmalig 99,- (exkl. Domain- und Providerkosten)

- eine eigene **CMS-Website** die Sie schnell & einfach bearbeiten können
- verschiedene **professionelle Designs** (es stehen 150 zur Auswahl)
- inkl. Systeme wie z.B. **Gästebuch, Foto Album, Kontaktformular**, etc.

## 14.01.2010 - WIEN

Die Website ist danach **gleich Online!**  
Und das ohne **Programmierkenntnisse!**  
Auf Wunsch kreieren wir gemeinsam mit Ihnen Ihre individuelle Website nach Ihren eigenen Ideen.

**Workshopanmeldung und Info: [dn@4.0media.at](mailto:dn@4.0media.at)**  
(andere Städte im D-A-CH Raum auf Anfrage)

**Wir suchen**

**Teampartner  
für eine  
Geschäftsmöglichkeit**

**mit einem Deutschen Unternehmen, Marktführer im Vertrieb hochwertiger Produkte für Gesundheit und Fitness.**

**Thomas Seidl,  
0664/5819499,  
www.seidl.chance123.net**

**DIVERSE TOOLS zur  
NEUKUNDENAKQUISE**

**„GOLDTALER“** für diverse Aktionen

- Giveaways
  - Mailings
  - Messen und Veranstaltungen
- Eine Packung mit 50 Stk. kostet 9,9 EUR

**„Goldene Feuerzeuge“**

- zum herschenken bei Vertragsabschlüssen
- 1 Stk. 7 EUR
- ab 10 Stk. 6 EUR/ Stk.
- ab 30 Stk. 5,5 EUR/ Stk.

**Bestellung und Info:**  
dn@4.0media.at

Wir bieten Ihnen in einem 3 Std. Workshop für einmalig **99,-** (exkl. Domain- und Providerkosten)

- eine **eigene Website** die Sie schnell & einfach bearbeiten können
- verschiedene **professionelle Designs**
- **inkl. Systeme** wie z.B. Gästebuch, Foto Album, Kontaktformular, etc.

**Workshopanmeldung:** dn@4.0media.at

**Hier könnte bereits  
ab 90 EUR  
Ihre Kleinanzeige  
stehen...**

**Sie wollen mehr Kunden, mehr Verkaufen im Finanzbereich?**

Diese Domain inkl. HP steht zum Verkauf! [www.nachhaltive-investmentfonds.at](http://www.nachhaltive-investmentfonds.at)  
Bestens gereiht bei Google. Mit Hilfe eines hochwertigen CMS (Content Management System) können Sie selber diese HP auf Ihre pers. Bedürfnisse ändern und verwalten. Bin bereits im wohlverdienten Ruhestand. Ihre Angebote und Ihre Fragen richten Sie bitte über das Kontaktformular der Homepage oder 0699/12142534 bin für Sie erreichbar.

**Biete: Büromitbenützung** (alles inklusive) an hervorragendem Standort im 1. Bezirk, zentral und verkehrsgünstig, 2 Besprechungsräume, individuelle Nutzungsmöglichkeiten nach Vereinbarung.

Bieten Kooperationspaket mit Immobilienmaklern (Neukunden ohne Akquisition).  
Kontakt: Martin Kassekert, 0660/1551 500

Mehr Kunden durch Werkzeuge aus dem **„Haptischen Verkaufen“**. Informieren Sie sich über kostengünstige Giveaways etc. Telefon: 0650/353 73 97

**1859 EUR Marketing Förderung** (Texte, Online, Werbung oder Coaching) für Finanzberater  
Info: +43 676 878 37 555

**Sie wolle Ihren Bestand sowie Ihre erhaltenen Provisionen sichern!**

Sie wollen aus bereits bestehenden Kunden Einnahmen lukrieren, welche keine Voraussetzungen auf Grund **mangelnder Bonität, angespannter Kontoführung und Fälligkeiten** aufweisen!  
Info: [info@fairmittlung.info](mailto:info@fairmittlung.info)

**Hier könnte  
Ihre Wortanzeige  
stehen.....**



**Wortanzeigen-Bestellschein**

der FINANZberater, Dejan Novakovic, Baumgasse 29-31/66/4, 1030 Wien  
☎ +43 650 353 73 97 @ [www.der-finanz-berater.com](http://www.der-finanz-berater.com) ✉ [dn@der-finanz-berater.com](mailto:dn@der-finanz-berater.com)

Rubriken	Anzeigentext
<b>Kooperationen</b>	
<input type="checkbox"/> Marketingkooperation	
<input type="checkbox"/> Eventkooperation	
<input type="checkbox"/> Incentivekooperation	
<input type="checkbox"/> Internetkooperation	
<b>Suche/Biete</b>	
<input type="checkbox"/> Bürogemeinschaft	
<input type="checkbox"/> Marketing	<b>Rechnungsadresse</b>
<input type="checkbox"/> Stellenmarkt	
<input type="checkbox"/> Dienstleistungen	
<input type="checkbox"/> Geschäftliches	
<input type="checkbox"/> An/Verkauf	

- Logo (+ € 15)
- Bild 25 mm Höhe (+ € 50)

**Kosten:** € 6 pro Zeile (ca. 40 Zeichen), Mindestbetrag € 25 + 20 % MwSt.

**Bitte den Bestellschein an [dn@der-finanz-berater.com](mailto:dn@der-finanz-berater.com) mailen oder Fax an +43 1 285 77 70 78**  
**Anzeigenschluss für Ausgabe 6: 02.12.2009**

## KOOPERATIONEN unter den Finanzberatern

Zusammenarbeit unter Kollegen – Nein danke! –> warum eigentlich?

Wir suchen seit Jahren vergeblich nach guten Partnerschaften! Treffen gibt es zwar hin und wieder, aber diese verlaufen meistens im Sande. Warum ist es uns bis heute nicht gelungen Menschen zu finden, welche die enormen Vorteile eines „Teamworks“ zu schätzen wissen.

Unsere Kanzlei bietet viele innovative Konzepte an, die für SIE und IHRE Klienten sicherlich sehr interessant sind -> wenn Sie es wüssten.

Aber aufgrund der Tatsache, dass „Was der Bauer net kennt, isst (verkauft) er net“ – geben viele Berater Ihren potentiellen Klienten NIE die Möglichkeit andere innovative Konzepte kennenzulernen, bzw. sich selbst nicht die Chance Neugeschäft bei bestehenden Kunden durch ergänzende Konzepte zu lukrieren.

Es gibt in unserer Finanzwelt sicherlich viele sehr gute Produkte die wir aus Zeitmangel, Unwissenheit nie zu Gesicht bekommen, die aber seit Jahren ein Anderer problemlos (weil wissend) anbietet.

Der Grund des Scheiterns könnte in der Tatsache begründet sein, dass viele Kollegen aus „Angst“ ihre Kunden zu verlieren, solche Netzwerke meiden wie die Pest. Ist es wirklich in unserer

Branche schon so weit, dass Missgunst, Gier, Unzuverlässigkeit und „Brotneid“ regieren?

Sollten wir nicht diese Parameter durch Zusammenarbeit, Vertrauen und Freude an der Arbeit, einfach Miteinander ersetzen?

Sie sparen nachweislich Zeit und Geld wenn Teamwork angesagt ist.

Kollegen welche sich für Teamwork entschieden haben, melden sich bitte bei Nikoll B. Nicole, denn „durch` s Reden kumman` d Leit zaumm!“ ODER???



**NIKOLL B. NICOLE**  
gesetzlich befugte Vermögensberaterin

Mobil: 0699/19479218  
oder 0676/4100582  
Fax: 01/9479218  
eMail: [nikoll@kanzlei-nr.com](mailto:nikoll@kanzlei-nr.com)  
[www.kanzlei-nr.com/](http://www.kanzlei-nr.com/)

## Netzwerken leichtgemacht

Für das Finanzpuls Center Wien 1 am Schwedenplatz im 1. Bezirk hatte der Netzwerkgedanke schon immer oberste Priorität, weil wir davon überzeugt sind, dass in einem funktionierenden Team jeder seine individuellen Stärken gezielt einbringen kann. Unsere Stärke sind 30 Jahre Bankerfahrung, was unseren Geschäftspartnern einen oft entscheidenden Know-How-Vorsprung und eine fundierte Kenntnis der österreichischen Bankenlandschaft bietet.

Hauptaugenmerk des Centers Wien 1 ist die kontinuierliche Umsetzung unseres Immobilienmakler-Paketes, ein Kooperationsmodell, welches wir in den letzten Jahren erarbeitet haben und mittlerweile erfolgreich praktizieren. „Neukunden ohne Akquise“ – bei uns gelebte Praxis. Unser Modell zeigt, dass eine gute Kooperation immer einfach ist, für alle Beteiligten Vorteile bringt und man auch an Nebenleistungen, wie z.B. der Kaufvertragserrichtung, verdienen kann.

Dieses gemeinsame Arbeiten erfordert auch einen geeigneten, zentralen Standort, den wir Kollegen abgestimmt auf die jeweiligen Bedürfnisse auch zu moderaten Preisen zur Mitbenützung anbieten.

**MARTIN KASSECKERT**  
Büroleiter  
FinanzPuls Center Wien 1  
Schwedenplatz 2 / 1.Stock / Tür 12  
(Eingang Laurenzerberg 5)  
1010 Wien  
M +43 (0) 660 / 15 51 500  
E [kasseckert@finanzpuls.com](mailto:kasseckert@finanzpuls.com)



## Heemskerk & Partner – Multi-Selling-Concept

Die aktuelle Bankenkrise führt bei privaten Anlegern zurzeit zu großer Verunsicherung. Als Folge ist eine Flucht in Sachwerte zu beobachten. Es ist davon auszugehen, dass der Sachwert Immobilie künftig stärker nachgefragt wird und vor allem Wohnimmobilien für private Kapitalanleger an Attraktivität gewinnen. Das Jülicher Unternehmen Heemskerk & Partner Real Estate Solutions bietet seinen Vertriebspartnern daher ein Multi-Selling-Concept, u.a mit automatischem Empfehlungsgeschäft, kostenfreien Kundenveranstaltungen oder honorarbefreiter Unternehmensberater für Vertriebspartner. Weitere Informationen sind im Internet erhältlich unter [www.heemskerk-partner.de](http://www.heemskerk-partner.de)



Dirk Müller

Unser starker Wirtschaftsaufschwung in den Jahren bis 2008, der bei den meisten Menschen zwar nicht angekommen ist, aber bei der Industrie für große Exporte und dicke Gewinne gesorgt hat, ist auf einen einzigen Umstand zurückzuführen.

Die Amerikaner, Briten und Spanier haben sich wie die Weltmeister verschuldet (auf Grundlage völlig überzogener Immobilienpreise) und mit diesen Schulden auf Teufel komm raus konsumiert. Diese schuldenbasierte Nachfrage haben die „Exportweltmeister“ bedient. Nichts anderes. China hat Tinnef für den amerikanischen Konsumenten produziert und geliefert, Deutschland hat (auch an China) die Maschinen geliefert, mit denen eben dieser Tinnef hergestellt wurde. Alles brummte NUR, weil die privaten Konsumenten in den erstgenannten Ländern auf Pump gekauft haben was nur ging.

Diese Nummer ist durch. Die amerikanische Wirtschaftsleistung besteht zu über 70% aus Konsum. 7 Millionen Konsumenten (zuzüglich ihrer Familien) wurden in den letzten Monaten in den USA gefeuert. Das ist dreimal mehr als in den großen Rezessionen der letzten Jahrzehnte. Die haben keine Kohle mehr zum konsumieren. Arbeitslosengeld wird in den USA zumeist für 6 Monate bezahlt. Das läuft aus. Diejenigen, die noch einen Job haben, haben ebenfalls hohe Konsumschulden aufgebaut. Wiederum auf Basis ihrer einst hohen Hauspreise. Selbst wenn die amerikanischen Banken saniert wären (Es sind noch immer lebende Zombies), würden sie den überschuldeten Haushalten keine neuen Kredite geben. Erst recht nicht

## Das „V“ wird nicht kommen.

Warum ich eine V-förmige Erholung der Weltkonjunktur ausschließe.  
Von Dirk Müller, [www.cashkurs.com](http://www.cashkurs.com)

in der Größenordnung wie vor der Krise. Sie können die Kredite nämlich nicht wie damals in bunte Päckchen packen und die heiße Kartoffel weiterreichen. Auf den Trick fällt heute nicht mal mehr die IKB rein. Das gleiche gilt für die Konsumenten in Spanien (Arbeitslosenquote über 17%!) und Großbritannien.

Eine V-förmige Erholung der Konjunktur setzt also voraus, dass die Konsumenten sich genauso verschulden wie vor der Krise und genauso konsumieren. Wie oben erklärt kann das nicht mehr geschehen. An wen sollen also die ganzen Waren verkauft werden, die in einer V-förmigen Wirtschaftserholung produziert werden müssen?

Die Staaten müssten also weiter Billionen an die Bevölkerung verschenken, damit diese das Geld ausgeben können. Die Staaten sind aber bereits an Ihre Verschuldungsgrenze (und zum Teil weit darüber hinaus) gegangen. Diese Batterie ist leer.

Eine leichte Stabilisierung der Industrieproduktion und der Auftragsengänge um ein paar stark reduzierte Lagerbestände wieder ein wenig aufzufüllen, ok. Selbst diese Lagerbestände wurden bei Leibe noch nicht so weit abgebaut, wie es für die Schwere der Krise sein müsste. Lediglich in einigen Branchen und Werken wurde „tabula rasa“ gemacht.

Vorübergehende Bodenbildung des Konjunkturreinbruchs, ok. Aber eine V-förmige Boom-Phase!? Beim besten Willen nicht!

Vergleichen wir die Situation mit etwas Greifbarem. Passend zur IAA mit einem Auto. Der Motor (Konjunktur) ist abgesoffen. Die Lichtmaschine kaputt (Schuldengrenze weitestgehend erreicht, es können kaum weiter Schul-

den aufgenommen werde). Die Batterie ist altersschwach. Wir haben mit dem letzten Saft aus der Batterie den Anlasser durchgedreht und Billionensummen in die Märkte gepumpt. Der Motor zuckt und spuckt, wie wir an den auf niederem Niveau stabilisierenden Wirtschaftsdaten sehen. Was passiert, wenn wir den Anlasser abstellen, der diesen Motor gerade dreht? Was passiert, wenn die Konjunkturpakete auslaufen? Reicht es, damit der Motor durchstartet, oder säuft er wieder ab? Wenn er absäuft, haben wir keinen Saft mehr in der Batterie um einen zweiten Versuch zu starten, wir haben alles gegeben. Wenn er anspringt, haben wir ein wenig Zeit gewonnen, bis er eines Tages erneut stehen bleibt. Die Lichtmaschine ist noch immer defekt und lädt die Batterie nicht mehr auf. Die Verschuldung bleibt.

Wir werden eines Tages Batterie und Lichtmaschine tauschen müssen. Und das heißt Streichung der Schulden. Vorher bekommen wir die Motorprobleme nicht in den Griff.

Warum steigen dann die Aktienmärkte wie von Sinnen? Aber das ist ein anderes Thema...

Ihr  
Dirk Müller

**Mit dem Cashkurs-Newsletter werden Sie jederzeit über die wichtigsten Themen meiner Internetseite informiert. Verpassen Sie keine wichtige Meldung!**

**Klicken Sie hier, um sich für den kostenlosen Newsletter anzumelden. Nutzen Sie noch heute die Chance und sichern Sie sich eine von fünf kostenlosen Premium-Mitgliedschaften auf [www.cashkurs.com](http://www.cashkurs.com) über eine Laufzeit von drei Monaten, die unter den nächsten 100 Newsletterabonnenten verlost werden (der Rechtsweg ist ausgeschlossen).**

# Interview mit Dalibor Miceski

Vertriebspartner-Coach bei Helvetia Versicherungen AG



## DALIBOR MICESKI

### Personen Beschreibung:

32J., Wien, ledig,  
mazedonische Wurzeln. Seit  
2000 in der Finanzbranche.  
2000 – 2006 aktiv als gew.  
Vermögensberater und  
Versicherungsagent tätig.

### Beschreibung der Tätigkeit:

Vertriebspartner-Coach bei der  
Helvetia Versicherung,  
Schwerpunkt FLV



Helvetia Versicherungen AG,  
Vertriebsdirektion Ost  
1010 Wien, Hoher Markt 12

## PERSÖNLICH:

1. Das Erste, das Sie morgens nach dem Aufwachen brauchen?

*Ein Lächeln :-)*

2. Was treibt Sie an?

*Die schönen Seiten des Lebens...*

3. Als Kind wollten Sie sein wie ...?

*Zoro*

4. Wie können Sie am besten entspannen?

*Beim Espresso und Zeitung im Schanigarten bei Sonnenschein.*

5. Wo hätten Sie gern Ihren Zweitwohnsitz?

*Malaga & Amsterdam*

6. Mit wem würden Sie gern einen Monat lang tauschen?

*Flavio Briatore*

7. Hier können Sie drei Bücher loben ...

1. Greenspans Betrug von Ravi Batra,
2. Der Wolf der Wall Street: Die Geschichte einer Wall-Street-Ikone von Jordan Belfort
3. Der Crash kommt von Prof. Dr. Max Otte

8. Was ist Ihr Ziel im Leben?

*Privat und beruflich. Zufriedenheit!*

*Empfehlungen, Direktkontakt, Networking*

2. Was machen Sie persönlich um Ihre bestehenden Partner zu halten?

*Betreuen! Ich bin für sie da... schriftlich, telefonisch sowie persönlich!*

3. Was ist das Besondere an Helvetia und Ihren Produkten?

*Die Stärke der Helvetia Versicherung liegt im individuellen Service speziell in der Versicherung von Privatkunden und Klein- und mittelgroßen Unternehmen. Dabei steht uns eine breite Palette von Versicherungs- und Vorsorgelösungen zur Verfügung, die wir gezielt an die jeweiligen Erfordernisse anpassen.*

4. Wie heben Sie sich von anderen Anbietern in der Vertriebsunterstützung ab?

*In der Vertriebsunterstützung sind wir, die Vertriebspartner-Coaches, mit umfassenden Kompetenzen ausgestattet. Somit können wir vor Ort rasch und unbürokratisch agieren. Umfassendes Fachwissen ist für uns extrem wichtig. Durch regelmäßige Weiterbildung halten wir dieses Know-how auf aktuellem Stand. Die Anforderungen, die wir an uns stellen, sind sehr hoch!*

5. Ihr Praxistipp an Berater & Vertriebe:

## Ihr Motto: Wer nichts bewegt - bewegt nichts!

T 050 222-2217  
F 050 222-92217,  
M 0664 80 474 2217

mailto:

dalibor.miceski@helvetia.at,  
<http://www.helvetia.at>

## BERUFLICH:

1. Wie gewinnen Sie neue Vertriebspartner?

*Akquise, Akquise, Akquise – so wie es bei den Immobilienmaklern die LAGE ist. Natürlich darf man die Betreuung der bestehenden Kunden dabei nicht vergessen – dies sollte jedoch selbstverständlich sein.*

# Aktuelle Seminare für Berater im D-A-CH Raum

dFb listet jeden Monat eine Auswahl attraktiver Seminarveranstaltungen für Berater auf.

Veranstalter	Thema	Datum	Info	Kosten	Ort	
Alceda-Roadshow	Sechs Top-Fonds in vier Stunden	24.11	info@alceda.lu	kostenfrei	Hamburg	
Superfund Asset Management GmbH	Die Psychologie der Märkte verstehen	25.11	www.superfund.de/roadshow	kostenfrei	Linden-Museum Stuttgart	
PARTNER BANK	„Finanzdienstleister im Fokus“	01.12	agnes.hanner@partnerbank.at	kostenfrei	Großram Westautobahn A1	
XING:WIEN	Networking Ski Wochenende	05.12	https://www.xing.com/net/wiennet	ab € 199	Artis Hotel Semmering	
Fonds Finanz	Fonds Finanz stellt sich vor	08.12	s.dahlke@fondsfinanz.de	kostenfrei	Wolfsburg	
4.0 media	99 EUR Website Workshop	14.01	dn@4.0media.at	€ 99	Wien	
www.querdenker.de	QUERDENKER@-Impuls-Workouts	28.01	www.querdenker.de/club	€ 290	Zürich im see   301	
www.querdenker.de	QUERDENKER@-Impuls-Workouts	04.02	www.querdenker.de/club	€ 290	Wien Im Mozarthaus	
Umberto Saxer	Gratis Verkaufs-Seminar	22.02	www.umberto.ch	kostenfrei	Aadorf	

Seminar und Roadshowanbieter können Ihre Termine hier kostenlos reinstellen. Informationen darüber bekommen Sie gerne unter 0650/35 37 397 oder dn@der-finanz-berater.com

## 8. INVESTMENTTRENDS-Kongress am 26.11.2009 in Wien von 14.00-18.00 Uhr in den Börsensälen Wien, Wipplingerstrasse 34

Seit Jahren ein Fixpunkt für ca. 400 Fachbesucher, gibt diese Veranstaltung einen Ausblick auf die Trends und Märkte des kommenden Jahres. Die Besonderheit dieses Events: Diskussionen, Sponsorstände und Catering - alles in einem Saal, also ein brodelnder Marktplatz!

Folgende internationale Unternehmen sind dabei: FIDELITY - DWS - BLACKROCK - CREDIT SUISSE - FRANKLIN TEMPLETON - SCHRODERS - INVESCO - MORGAN STANLEY - HENDERSON

Auch österreichische Unternehmen sind dabei: SUPERFUND - ERSTE SPARINVEST - BAWAG PSK - SPÄNGLER FONDS - SECURITY KAG - ERSTE BANK - WIENER PRIVATBANK - CONSTANTIA PRIVATBANK - CAPITAL BANK

### ABLAUF

ab 13.00 Uhr – SNACKEMPFANG & Messebetrieb

14.00 Uhr – Eröffnung & Moderation: Michael MÜLLER

14.10 Uhr – Interview „ASSET ALLOKATION & CORE-FONDS: Das Ende der Berater?“

14.15 Uhr – Podiumsdiskussion „GLOBALE AKTIENMÄRKTE: Ist alles wieder gut?“

15.00 Uhr – Podiumsdiskussion „ASIEN & EMERGING MARKETS: Ungebremstes Wachstum?“

15.45 Uhr – KAFFEEPAUSE & Messebetrieb

16.30 Uhr – Podiumsdiskussion „DIE ÖSTERREICHER KOMMEN: Wozu noch intern. Fonds?“

17.15 Uhr – Interview „ZERTIFIKATE-MARKT: Das Ende einer Ära oder ein Neubeginn?“

17.30 Uhr – DAS BERATERFORUM – „KR GÖTL & Dr. BRANDL stellen sich Ihren Fragen!“

18.00 Uhr – Ende des Events

## FINANCE LOUNGE

Networking • Genuss • Spaß



### 14.12.2009

Der neue Networking Club für alle Entscheidungsträger aus der Finanzbranche, der Wirtschaft und Medien.

Teilnehmer:

- Vermögensberater, Versicherungsmakler
- Finanzunternehmen (Fonds- und Versicherungsgesellschaften)
- Bankenangestellte, Stiftungen
- Wirtschaftsunternehmen
- Medienvertreter und Presse

[www.finance-lounge.at](http://www.finance-lounge.at)

# *3 Sprüche zum Thema „Wissen“*

*Es ist nicht genug, zu wissen,  
man muss auch anwenden;  
es ist nicht genug, zu wollen,  
man muss auch tun.*

*Ob wir Erfolg haben, wissen  
wir immer erst hinterher.  
Dann gibt's nur eins:  
Sekt oder Valium.*

*Das Geheimnis der Macht besteht darin,  
zu wissen, daß andere noch feiger sind als wir.*