

# Das Handbuch für Finanzberater

Wie Sie Ihr Unternehmen professionell aufbauen und erfolgreich seriös beraten

Bearbeitet von  
Peter Scherbening

1. Auflage 2016. Buch. 443 S. Hardcover  
ISBN 978 3 527 50869 3  
Format (B x L): 14 x 21,4 cm

[Wirtschaft > Finanzsektor & Finanzdienstleistungen: Allgemeines](#)

Zu [Leseprobe](#) und [Sachverzeichnis](#)

schnell und portofrei erhältlich bei

The logo for beck-shop.de features the text 'beck-shop.de' in a bold, red, sans-serif font. Above the 'i' in 'shop' are three red dots of increasing size. Below the main text, the words 'DIE FACHBUCHHANDLUNG' are written in a smaller, red, all-caps, sans-serif font.

**beck-shop.de**  
DIE FACHBUCHHANDLUNG

Die Online-Fachbuchhandlung [beck-shop.de](#) ist spezialisiert auf Fachbücher, insbesondere Recht, Steuern und Wirtschaft. Im Sortiment finden Sie alle Medien (Bücher, Zeitschriften, CDs, eBooks, etc.) aller Verlage. Ergänzt wird das Programm durch Services wie Neuerscheinungsdienst oder Zusammenstellungen von Büchern zu Sonderpreisen. Der Shop führt mehr als 8 Millionen Produkte.

# Inhalt

|  |           |
|--|-----------|
| <b>Vorwort: Warum dieses Buch?</b>   | <b>11</b> |
| <b>1 Einführung</b>  | <b>15</b> |
| <b>2 Berater oder Verkäufer?</b>   | <b>17</b> |
| <b>3 Spezialist oder Generalist?</b>   | <b>21</b> |
| 3.1 Der Generalist   | 21        |
| 3.2 Der Spezialist   | 23        |
| <b>4 Versicherungsvertreter, Mehrfachagenten, Struktur-<br/>vertriebe, makelnde Finanzdienstleister, echte Makler –<br/>Abgrenzung der verschiedenen Vermittlertypen</b> | <b>25</b> |
| 4.1 Der Versicherungsvermittler  | 25        |
| 4.2 Abgrenzung Versicherungsvertreter/<br>Handelsvertreter / Versicherungsmakler   | 36        |
| 4.3 Honorarberater   | 40        |
| 4.4 Versicherungsberater   | 46        |
| 4.5 Empfehlung   | 46        |
| <b>5 Zulassungsvoraussetzungen</b>   | <b>49</b> |
| 5.1 Sachkundenachweis  | 50        |
| 5.2 Vermittlung von Grundstücken und Darlehens-<br>verträgen   | 55        |
| 5.3 Vermittlung von Versicherungen   | 56        |
| 5.4 Versicherungsberater   | 57        |
| 5.5 Vermittlung von Finanzanlageprodukten  | 58        |
| <b>6 Anbindungen und Vertragsgestaltungen</b>  | <b>61</b> |
| 6.1 Handelsvertreterverträge   | 61        |
| 6.2 Maklerverträge   | 64        |
| 6.3 Die AVAD   | 66        |
| 6.4 Direktanbindungen und Maklerplattformen  | 68        |
| <b>7 Die Selbständigkeit – Segen und Fluch</b>   | <b>71</b> |

|  |            |
|--|------------|
| <b>8 Vom Entschluss zum Start – Hürden und Fallstricke im Behördendschungel</b>  | <b>77</b>  |
| 8.1 Selbständiger, Scheinselbständiger oder arbeitnehmerähnlicher Selbständiger? | 77         |
| 8.2 Rentenversicherungspflicht   | 80         |
| 8.3 Arbeitslosenversicherung   | 90         |
| 8.4 Gewerbeanmeldung   | 95         |
| 8.5 IHK  | 95         |
| 8.6 Berufsgenossenschaft   | 97         |
| 8.7 Vermögensschadenhaftpflichtversicherung                                      | <b>98</b>  |
| <b>9 Ihr Geschäftsplan</b>   | <b>101</b> |
| 9.1 Ihre Einnahmenplanung  | 101        |
| 9.2 Ihre Ausgabenplanung   | 105        |
| <b>10 Ihre private Finanzplanung</b>   | <b>107</b> |
| 10.1 Die eigene Altersvorsorge   | 107        |
| 10.2 Die eigene Krankenversicherung  | 107        |
| 10.3 Das Finanzamt   | 108        |
| 10.4 Der Steuerberater   | 115        |
| 10.5 Der Rechtsanwalt  | 119        |
| 10.6 Das eigene Haushaltsbudget  | 120        |
| <b>11 Das Büro</b>   | <b>123</b> |
| 11.1 Der Standort  | 123        |
| 11.2 Das Objekt  | 124        |
| 11.3 Die Ausstattung   | 125        |
| 11.4 Feng Shui   | 140        |
| <b>12 Professionalität</b>   | <b>143</b> |
| <b>13 Kleidung</b>   | <b>147</b> |
| <b>14 Marketing</b>  | <b>151</b> |
| 14.1 Einheitliches Design  | 151        |
| 14.2 Die eigene Homepage   | 151        |
| 14.3 Video-Marketing   | 153        |
| 14.4 Landing Pages   | 155        |

|           |   |            |
|-----------|---|------------|
| 14.5      | Printwerbung  | 156        |
| 14.6      | Visitenkarten   | 156        |
| 14.7      | Kundenseminare  | 157        |
| 14.8      | Sponsoring  | 163        |
| <b>15</b> | <b>Selbstorganisation</b> . . . . .                           | <b>167</b> |
| 15.1      | Arbeiten mit Outlook  | 167        |
| 15.2      | PowerPoint-Präsentationen                                     | 171        |
| 15.3      | Aktenverwaltung   | 172        |
| 15.4      | Telefonieren  | 173        |
| 15.5      | Provisionscontrolling   | 177        |
| 15.6      | Urlaubsplanung  | 178        |
| <b>16</b> | <b>Schreiben</b> . . . . .                                    | <b>181</b> |
| <b>17</b> | <b>Akquise</b> . . . . .                                      | <b>183</b> |
| 17.1      | Der 20-Sekunden-(Selbst-)Verkauf<br>(»Elevator-Pitch«)        | 183        |
| 17.2      | Kaltakquise   | 184        |
| 17.3      | Vernetzung  | 187        |
| 17.4      | Adresskäufe (»Leads«)   | 191        |
| 17.5      | Empfehlungen  | 209        |
| <b>18</b> | <b>Gesetzliche Grundlagen der Beratung</b> . . . . .          | <b>211</b> |
| 18.1      | Beratungsgrundlage  | 211        |
| 18.2      | Beratungs- und Dokumentationspflichten                        | 212        |
| 18.3      | Zeitpunkt   | 213        |
| 18.4      | Schadensersatzpflicht   | 213        |
| 18.5      | Versicherungsberater  | 214        |
| <b>19</b> | <b>Das Beratungsgespräch</b> . . . . .                        | <b>215</b> |
| 19.1      | Beziehungen aufbauen – die ersten Kontakte<br>zu Ihren Kunden | 215        |
| 19.2      | Im Büro oder beim Kunden?                                     | 216        |
| 19.3      | Mit PC oder auf Papier?                                       | 222        |
| 19.4      | Die Begrüßung – der erste Eindruck                            | 223        |
| 19.5      | Die Platzwahl   | 228        |
| 19.6      | Getränke  | 229        |

|   |            |
|---|------------|
| 19.7 Die ersten 15 Minuten des Beratungsgesprächs   | 230        |
| 19.8 Das weitere Beratungsgespräch – von den Wünschen und Zielen über die Datenerhebung zum Konzept | 253        |
| 19.9 Der Aufgabenkatalog (»Bestellzettel«)  | 268        |
| 19.10 Das Konzept & seine Umsetzung   | 269        |
| 19.11 Der Abschluss   | 273        |
| 19.12 Das Feedback  | 274        |
| 19.13 Empfehlungen  | 275        |
| 19.14 Der Folgetermin   | 277        |
| 19.15 Die Verabschiedung  | 278        |
| 19.16 Die Nachbereitung   | 279        |
| <b>20 Online-Beratung</b> . . . . .   | <b>281</b> |
| <b>21 Die Perfektionierung der Beratung</b> . . . . .   | <b>285</b> |
| 21.1 Wer fragt, der führt   | 285        |
| 21.2 Berater oder Moderater?  | 286        |
| 21.3 Selbstbewusstsein, Angst und Körpersprache   | 289        |
| 21.4 Erst die Tatsachen, dann die Fragen  | 292        |
| 21.5 Anker setzen   | 294        |
| 21.6 Einwandbehandlung  | 297        |
| 21.7 Reden ist Silber, Schweigen ist Gold – das KISS-Prinzip  | 302        |
| 21.8 Konzeption schlägt Kondition   | 304        |
| 21.9 Brutto oder netto?   | 307        |
| 21.10 Den Sack zumachen   | 311        |
| 21.11 Wenn zwei das Gleiche tun ...   | 313        |
| <b>22 Verkaufstechniken</b> . . . . .   | <b>317</b> |
| 22.1 Ein genialer Verkäufer   | 317        |
| 22.2 AAA(A) – Anders sein als (alle) andere(n)  | 321        |
| 22.3 Erlebnisberatung   | 322        |
| 22.4 Geschichten erzählen (»Storytelling«)  | 323        |
| 22.5 Neurolinguistisches Programmieren (NLP)  | 324        |
| 22.6 Das Struktogramm (Biostrukturanalyse)  | 327        |
| 22.7 Haptische Verkaufshilfen   | 331        |

|   |            |
|---|------------|
| 22.8 Die drei wichtigsten Faktoren des erfolgreichen Verkaufs | 333        |
| 22.9 Praktische Empfehlungen                                  | 334        |
| <b>23 Das Pareto-Prinzip</b>                                  | <b>335</b> |
| <b>24 Service</b>   | <b>337</b> |
| <b>25 Empfehlungen generieren</b>                             | <b>345</b> |
| 25.1 Echte Empfehlungen                                       | 345        |
| 25.2 Sogenannte Empfehlungen                                  | 346        |
| 25.3 Bewertungsportale  | 349        |
| 25.4 Soziale Medien   | 350        |
| <b>26 Fallstricke in der Beratung</b>                         | <b>351</b> |
| 26.1 Wenn die Chemie nicht stimmt                             | 351        |
| 26.2 Verschicken von Angeboten                                | 351        |
| 26.3 Kaufreue und Sorgfalt bei der Antragsbearbeitung         | 353        |
| <b>27 Haftung</b>   | <b>357</b> |
| 27.1 Erstinformation  | 357        |
| 27.2 Fehlerhafte Beratung                                     | 361        |
| <b>28 Der Weg zum Erfolg</b>                                  | <b>365</b> |
| 28.1 Ziele  | 365        |
| 28.2 Motivation   | 367        |
| 28.3 Glaubenssätze  | 369        |
| 28.4 Übung macht den Meister                                  | 371        |
| 28.5 Misserfolge  | 374        |
| 28.6 Selbstbewusstsein, Selbstwertgefühl und Selbstvertrauen  | 380        |
| 28.7 Fokus  | 382        |
| 28.8 Erfolg   | 384        |
| <b>29 Fortbildung und persönliche Weiterentwicklung</b>       | <b>387</b> |
| 29.1 Zweck und Nutzen von Seminaren                           | 387        |
| 29.2 Weiterbildungsinitiative »gut beraten«                   | 389        |
| 29.3 Mentoren   | 391        |
| 29.4 Persönliche Weiterentwicklung                            | 393        |

|  |            |
|--|------------|
| <b>30 Unternehmenswechsel</b>  | <b>395</b> |
| <b>31 Mitarbeiter</b>  | <b>399</b> |
| 31.1 Mitarbeitergewinnung  | 399        |
| 31.2 Mitarbeiterführung  | 401        |
| <b>32 Zusammenfassung: Die sieben Schlüssel zum langfristigen Erfolg</b> | <b>405</b> |
| 32.1 Vision  | 405        |
| 32.2 Souveränität  | 408        |
| 32.3 Selbstdisziplin   | 411        |
| 32.4 Hartnäckigkeit/Beharrlichkeit                                       | <b>411</b> |
| 32.5 Empathie  | 412        |
| 32.6 Freundlichkeit  | 413        |
| 32.7 Service   | 413        |
| <b>33 Ausblick</b>   | <b>415</b> |
| 33.1 Insurance Distribution Directive (IDD)                              | 415        |
| 33.2 Honorarberatung   | 417        |
| 33.3 FinTechs  | 417        |
| <b>Epilog</b>  | <b>421</b> |
| <b>Danksagung</b>  | <b>423</b> |
| <b>Kritik &amp; Anregungen</b>   | <b>425</b> |
| <b>Anhang – Beratungsleitfaden</b>                                       | <b>427</b> |
| <b>Abkürzungsverzeichnis</b>   | <b>435</b> |
| <b>Literaturverzeichnis</b>  | <b>437</b> |
| <b>Anmerkungen</b>   | <b>439</b> |
| <b>Stichwortverzeichnis</b>  | <b>441</b> |