# Erfreuliche Resonanz

**VIELSEITIG** Nicht nur in der Finanzberatung, auch im Internet möchte die Deutsche Vermögensberatung (DVAG) Benchmark sein. Mit einer umfangreichen Social-Media-Strategie schafft die DVAG heute schon, was nach Einschätzung von Experten in der Finanzbranche in zehn Jahren Pflicht sein wird: Endkunden auch über das Internet umfassend anzusprechen. Die Tabelle zeigt die Besucherstatistik auf den verschiedenen Plattformen der DVAG vom 13. Oktober 2010 bis 12. Oktober 2011.

| URL | Unique User* | Besuche | Seitenaufrufe |
|---|---|---|---|
| dvag.com | 303.478 | 453.558 | 1.517.866 |
| dvag-unternehmensblog.de | 103.987 | 255.168 | 469.449 |
| dvag.de | 79.591 | 125.134 | 201.362 |
| dvag-aktuell.de | 63.984 | 152.160 | 301.116 |
| dvag-teamblog.de | 58.898 | 84.654 | 290.004 |
| dvag-magazin.de | 28.246 | 36.406 | 81.669 |
| dvag-presseservice.de | 27.857 | 38.390 | 72.901 |
| allfinanz-dvag.com | 22.511 | 31.121 | 98.758 |
| dvag-berufschancen.de | 18.283 | 21.985 | 55.154 |
| fvd-dvag.de | 11.176 | 14.063 | 44.097 |
| dvag-geschaeftsbericht.de | 8.210 | 10.086 | 206.464 |

| | |
|---|---|
| facebook.com/dvag | über 13.600 Fans/3,2 Millionen Beitragsaufrufe p. a. |
| youtube.com/dvagfilme | über 175.000 Videoaufrufe (seit 28.05.2009/durchschn. 200 pro Tag) |
| twitter.com/dvag | rund 1.000 Follower |

* Anzahl unterschiedlicher Besucher (Mehrfachbesuche desselben Nutzers werden nicht gezählt)

**EINFACH UND SCHNELL**

Ein Großteil der DVAG-Vermögensberater nutzt Social Media beruflich. Ihnen dienen Plattformen wie Facebook und XING als Multiplikatoren, über die sie zusätzliche Kontakte knüpfen, miteinander kommunizieren und Erfahrungen austauschen.

# Social Media verbinden

**EXPERTENBEITRAG** Im Jahr 2009 startete die Deutsche Vermögensberatung (DVAG) ihre Social-Media-Aktivitäten. Inzwischen nutzen Vermögensberater die Plattformen erfolgreich zur Kommunikation mit ihren Kunden.

**DR. HELGE LACH** ist Marketing-Vorstand der Deutschen Vermögensberatung.

Social Media“ oder „Social Networks“ – Begriffe und „Phänomene“, die noch recht jung sind, aber nachweislich nicht mehr nur als kurzfristige Modeerscheinungen abgetan werden können. Naheliegend, dass ein Unternehmen die Relevanz solcher Themen und Trends für das eigene Geschäftsmodell überprüfen sollte.

Der Bezug zur Tätigkeit eines Vermögensberaters ist schnell hergestellt: Dieser lebt von Kontakten – physisch von „Mensch zu Mensch“, per Telefon, per E-Mail, immer seltener noch per Post, immer häufiger per SMS. Ohne Kontakte keine Kunden, keine Beratungen und keine Abschlüsse. Ohne Kontakte keine Gespräche über berufliche Perspektiven und damit keine neuen Mitarbeiter und Partner.

Internetbasierte soziale Netzwerke ermöglichen eine ganz neue Form der Kontaktierung und des Informationsaustausches. Hierzu bedarf es der Schaffung der technologischen Voraussetzungen. Noch wichtiger aber: Es ist notwendig, die ganz speziellen Regeln und Umgangsformen in sozialen Netzwerken zu verstehen und zu erlernen, um diese dann auch geschäftlich nutzen zu können. Soziale Netzwerke bieten eine zweite Chance: Längst hat sich das Internet als entscheidendes Medium für die Suche nach Informationen – auch über Unternehmen und über Berater – entwickelt. Eine professionelle Präsenz in sozialen Netzwerken kann deshalb – sowohl einem Finanzvertrieb als Ganzes wie auch einem Vermögensberater – wertvolle Dienste beim Reputations- und Imageaufbau im Internet leisten.

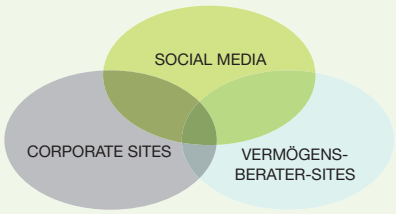
### Mit Websites verknüpft

Anspruch der DVAG war es von Anfang an, das Social-Media-Engagement des Unternehmens und seiner Vermögensberater in der übergeordneten Internetstrategie zu verankern. So wurde im Jahr 2009 systematisch damit begonnen, Social-Media-Kanäle und -anwendungen wie einen Unternehmensblog, Facebook, XING, Twitter oder YouTube zu besetzen und diese Kanäle mit den Websites des Unternehmens zu verknüpfen. Aufbauend auf die hierbei gemachten Erfahrungen folgte der zweite Schritt: eine vollständig erneuerte, interaktive Vermögensberatersuche im Internet, der Relaunch der Vermögensberater-Homepages und die Schaffung der Voraussetzungen für eine Verbindung dieser Homepages mit den von den Vermögensberatern genutzten Social-Media-Kanälen. Begleitet wurde dieser zweite Schritt von intensiven Schulungsmaßnahmen zu den Einsatzmöglichkeiten internetbasierter sozialer Netzwerke.

**INFO** Auf Facebook, Flickr, Twitter, XING und YouTube können Sie noch mehr über die Deutsche Vermögensberatung erfahren.

## Vernetzt

**INTERAKTION** Mit ihrer Internetstrategie verfolgt die Deutsche Vermögensberatung einen ganzheitlichen Ansatz. Die persönlichen Homepages der Vermögensberater sind an Social-Media- und Web-2.0-Tools angebunden. Sie sind damit hervorragende Instrumente, um mit Kunden in Kontakt zu treten und diese professionell zu informieren. Eine passende Ergänzung: die Unternehmenswebsite dvag.com mit vielen Informationen aus der DVAG-Welt.




- Reputation
- Image
- Deutungshoheit
- Innovation
- Benchmark

- Kontakte
- Kommunikation
- Visitenkarte
- Professionalität