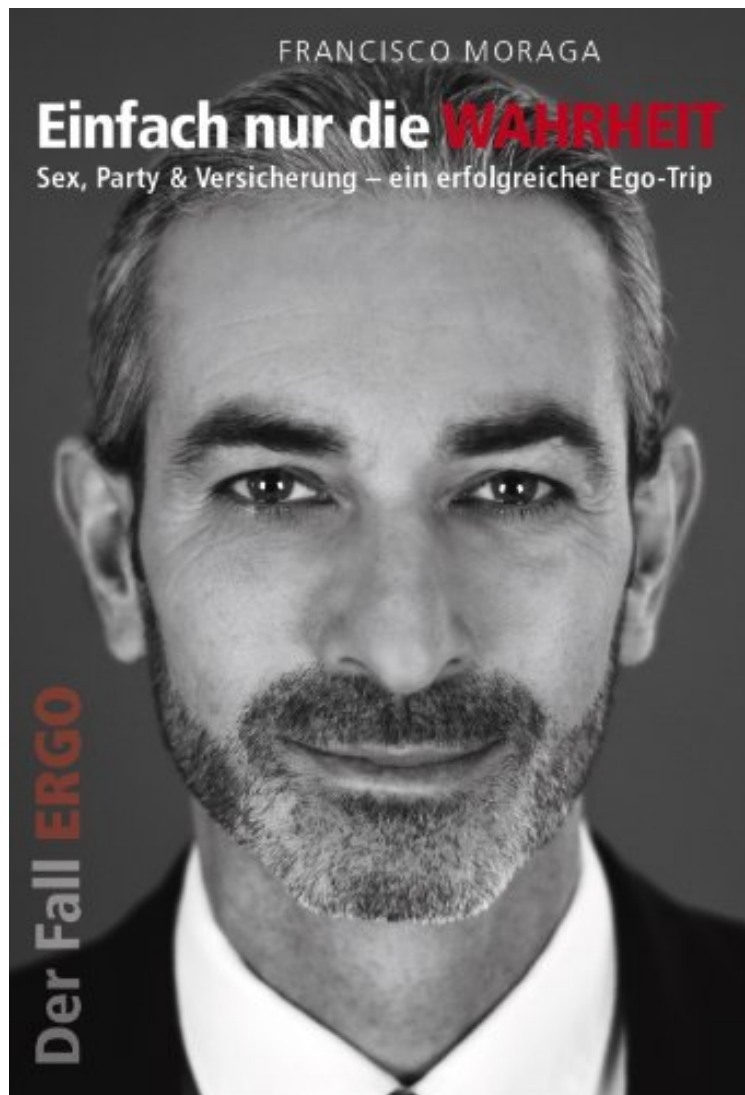


[E-BOOK] Einfach nur die Wahrheit: Sex, Party Versicherung - ein erfolgreicher Ego-Trip

Einfach nur die Wahrheit: Sex, Party Versicherung - ein erfolgreicher Ego-Trip

Von Francisco Moraga

ePub | *DOC | audiobook | ebooks | Download PDF



DOWNLOAD



+

READ ONLINE

Produktinformation -Verkaufsrank: #217449 in eBooksVerffentlicht am: 2013-05-29Erscheinungsdatum: 2013-05-29File Name: B00DI3PQLE | File size: 48.Mb

Von Francisco Moraga : Einfach nur die Wahrheit: Sex, Party Versicherung - ein erfolgreicher Ego-Trip
before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Einfach nur die Wahrheit: Sex, Party Versicherung - ein erfolgreicher Ego-Trip:

KundenrezensionenHilfreichste Kundenrezensionen18 von 22 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich.
Aufstieg und Fall einer Vertriebskarriere. Versuch einer Abrechnung mit dem Strukturvertrieb der ERGO-Pro (ehemals HMI)Von Dr. Ronald Wellenreuther, DresdenFrancisco Moraga stellt gleich zu Beginn des Vorworts die

rhetorische Frage nach der Eintrittskarte in die Welt der Schönen und Reichen, die für den Normalsterblichen unerreichbar bleibt. Das Rezept heißt Strukturvertrieb der HMI. Das System würde funktionieren führt Moraga ein paar Abstriche weiter aus, um dann gleich die erste moralische Lanze für das Strukturvertriebssystem der HMI zu brechen, indem er einen Bezug zu den Leitsternen der französischen Revolution herstellt. Jeder hätte die gleichen Chancen mitzumachen und zu gewinnen Gleichheit, Brüderlichkeit und Freiheit wären bei der HMI Grundgesetze gewesen! Als Beweis sieht sich der Autor höchstselbst. Francisco Moraga, ein Frankfurter mit spanischen Wurzeln, ein Heißsporn, Business-Matador und lebende Legende weit über die HMI-Grenzen hinaus. An dieser Stelle sei das vorgezogene Studium des Epilogs empfohlen. Dort philosophiert Moraga über den Albtraum HMI, moralische und zwischenmenschliche Abgründe und einen ignoranten und boshafte Vorstand. Die emotionalen Verwerfungen zwischen Prolog und Epilog sind gigantisch! Deshalb wurde es Zeit, da die Außenwelt endlich die Wahrheit erfährt, wovon ja auch der Untertitel der Veröffentlichung zeugt. Das Sendungsbewusstsein des Autors ist enorm visuell unterlegt mit einer Vielzahl von Bildern aus den verschiedenen Karriereabschnitten bei der HMI, die Moraga v.a. mit den materiellen Insignien eines erfolgreichen Strukturvertrieblers in Gönner- und Siegerposuren zeigen. Die Leser dieses Buches sollten vorab nicht nur das Glossar studieren, sondern sich auch mit der Veröffentlichung von Peter Weghorn befassen (Rattenfänger in Designerklamotten), die bereits 1998 erschien, aber noch verfügbar ist (z.B. bei). Bemerkenswerterweise erwähnt Moraga die Veröffentlichung dieses ehemaligen Generalrepräsentanten, der eine Generation früher bei der HMI tätig war, mit keiner Silbe. Dabei liefern die Rattenfänger in Designerklamotten von Weghorn das sachliche und fachliche Grundgerüst des HMI Strukturvertriebssystems, in dem sich die emotional hochaufgeladenen Ausfahrten Moragas abspielen. Das Buch ist in 2 Hauptteile gegliedert. Im Teil 1 schildert Moraga seinen Karriereweg bei der HMI zwischen 1990 und 2010. In diesem Teil, der immerhin einen Bogen über 20 Jahre spannt, prägen deskriptive Schilderungen bzw. Erinnerungen das Bild natürlich durch die subjektive Brille des Autors. Wer zwischen den Zeilen lesen kann, nimmt einiges an Informationen zum Thema Strukturvertrieb mit. Moraga selbst zeichnet vordergründig ein ziemlich verklärtes Bild, liefert aber in seinen Schilderungen bewusst oder unbewusst immer wieder selbst die Indizien für die Tücken und Kanten des HMI Strukturvertriebs. Das Thema Betriebsklima zieht sich wie ein roter Faden durch den ersten Teil. Im Kapitel wild, wilder, HMI dreht sich alles um das Thema Wein, Weib und Gesang, angefangen von Sexeinlagen auf Grundseminaren bis hin zu ausschweifenden Bordellbesuchen bei allen möglichen Gelegenheiten. Moraga ist stets bemüht, das Thema Sex und HMI-Strukturvertrieb in einen systemimmanenten Zusammenhang zu stellen. Sex gehörte dazu, alle haben mitgemacht und alle (v.a. der Vorstand) haben es gebilligt. Zur Rechtfertigung wird im Vorwort der Vergleich zum Sexskandal im VW-Konzern gezogen ein gutes Beispiel für das selektive Wahrnehmungsvermögen des Autors, weil VW beim besten Willen nicht mit HMI bzw. der heutigen Ergo vergleichbar ist. Der Leser erhält aber trotz allem ein anschauliches Bild, in welchem moralischen und ethischen Abgründen sich so mancher Strukturvertriebler u.U. mit Billigung seiner Organisation bewegt oder bewegte. Der Hang des Autors zum Narzissmus ist ebenfalls unverkennbar und wirkt an vielen Stellen nicht nur aufgesetzt, sondern nur noch peinlich so peinlich wie die Sexeskapaden der HMI-Strukturvertriebler insgesamt. Francisco Moraga präsentiert sich als Meister der einseitigen Darstellung und blendet Kontrapositionen konsequent aus. Unter der Überschrift Der Einstieg das System berzeugt malt er ein rosarotes Bild nach dem Motto freie Fahrt dem Tüchtigen. Das Paradigma Aufstieg durch Leistung, das Moraga als Beweis und Legitimation für seine Selbstinszenierung ständig betont, ist bei näherer Betrachtung und Kenntnis der einschlägigen Strukturvertriebssysteme unhaltbar. Ein zweiter Aspekt, der bei den einseitigen Darstellungen Moragas zu kurz kommt, ist die Rolle vom Unternehmer. Auch das ist eine Behauptung, die Strukturvertriebler von Anfang an auf jedem Seminar gebetsmühlenhaft eingetrichtert bekommen und Francisco Moraga dazu verleitet, das eigene Denkmal vom unfehlbaren Unternehmer aufzubauen. So unfehlbar, da er in der Übergangsphase seiner HMI Karriere am Ende des Buches glaubt, sich über Herr und Richter des gesamten Vorstandes aufschwingen zu können. Strukturvertriebler sind selbstständige Gewerbetreibende nach § 84 HGB (Handelsvertreter). Sie können auf die vertragliche Gestaltung keinen Einfluss nehmen, da ihnen Standardverträge vorgelegt werden, deren wirtschaftliche und rechtliche Tragweite sie bei Vertragsabschluss auch nicht annähernd einschätzen können. Die Visionen vieler Strukturvertriebler und da schliesse ich den Autor nicht aus dürften weniger in der künftigen Selbstverwirklichung als freier Unternehmer liegen, sondern vielmehr in materiellen Anreizen, v.a. viel Geld und eine Fahrzeugklasse, die man sich sonst nie leisten könnte. Die Handelsvertreter in Strukturvertriebssystemen tragen demzufolge das volle wirtschaftliche Risiko, ohne aber mit der unternehmerischen Freiheit und Flexibilität ausgestattet zu sein, um auf Veränderungen von wirtschaftlichen Rahmenbedingungen angemessen zu reagieren. Auf der Kundenseite sind den Akquisitionsphantasien natürlich keine Grenzen gesetzt. Auf der Lieferantenseite sind sie vertraglich auf Gedeih und Verderb ihrer Organisation ausgeliefert, weil die Handelsvertreterverträge i.d.R. als Einfirmenvertreter-Verträge ausgestaltet sind, d.h. die Vertragsnehmer dürfen nicht für andere Gesellschaften tätig werden. Und das ist das Kardinalproblem aller Systeme und eine potentielle Falle zugleich, weil die Organisation einzige Einnahmequelle darstellt. Ein Klumpenrisiko par excellence. Schade, da Moraga hier viel zu lange beschneigt ehe er am Ende zu der Einsicht gelangt, da es mit dem freien Unternehmertum bei der HMI nicht allzu weit her gewesen ist. Der interessierte Leser greift hier besser wieder auf Peter Weghorn zurück, weil er bei Moraga auf der Sachebene nicht fündig wird. Die Organisationen schaffen demzufolge ganz bewusst formale

Grauzonen, um erstens das Risiko zu minimieren, da sich ein selbstndiger Strukturvertriebler in ein Angestelltenverhltnis einklagt (Scheinselbstndigkeit) und um zweitens das wirtschaftliche Risiko von Abfindungsforderungen im Falle eines Zerwfnisses und Ausscheidens eines Strukturvertrieblers herabzusetzen. In der heien Phase am Ende des Buches bezifferte Moraga die Abfindungsforderungen seines Strukturklientels gegenber der ERGO auf 6 Mio. . Das lsst darauf schliessen, da er die strukturellen Fallen des Systems erkannt hat, hielt ihn aber anscheinend nicht davon ab, den HMI-Strukturvertrieb fr den Zeitraum von 1990 bis 2010 in seinen Memoiren zu beweihuchern. Ein weiteres Indiz fr das fragwrldige Unternehmertum von Strukturvertrieblern ist die Tatsache, da die Organisation ab einer bestimmten Hierarchiestufe die Bros bzw. Reprsentanzen ihrer angeblich selbstndigen Unternehmer finanziert und einrichtet. Welcher richtige Unternehmer bekommt von seinem Lieferanten sein Bro gesponsert? An dieser Stelle mu noch einmal auf Peter Weghorn verwiesen werden (Rattenfnger in Designerklamotten, S. 222ff.), der bereits Mitte der 90er Jahre resmierte, da Strukturen mit mehreren 1000 Mitarbeitern im Ergebnis illusorisch sind, sich stndig erneuern mssen, da ihnen sonst der Zusammenbruch droht, weil nicht der Mensch, sondern nur der Umsatz zhlt und demzufolge die Mitarbeiter stndig unter Druck stehen. Zudem wrden die Kpfe in den Rotlicht- und Zuhlerbereich tendieren, weil sie sich so selbst sehen wollen. Die Verffentlichung Moragas zeigt, da die Resultate Weghorns nichts an Aktualitt eingibt haben und sich die HMI Geschichte bislang im Grunde nur wiederholt hat. Daran ndert auch die Umbenennung in ERGO-Pro nicht viel! Teil 2 befasst sich mit den Jahren 2011 und 2012. Den Bruch markieren die Enthllungen des Handelsblattes 2011, die fr 3 handfeste Skandale sorgten im Zusammenhang mit einer 2007 von ERGO finanzierten Incentive Reise in ein Budapester Edelbordell, Versicherungsvertrgen, die seit 2005 falsch und zum Nachteil der Kunden berechnet wurden, und bei denen die Angaben im Prospekt nicht mit den Angaben in der Versicherungspolice bereinstimmten (Prospekthaftung) sowie massenhaften Umdeckungen vor dem Hintergrund nicht mehr haltbarer Garantieverzinsungen, bei denen Kunden mit fragwrldigen Methoden (und doppelter Provisionierung fr den Vertrieb) verleitet wurden, Altvertrge zu kndigen und in einen neuen Vertrag umzuwandeln, die fr die Kunden wirtschaftliche Nachteile, aber fr die ERGO wirtschaftliche Vorteile nach sich zogen. Die ERGO strzten die Skandale in eine regelrechte Krise begleitet von einer sehr schlechten Unternehmenskommunikation im Innen- wie im Auenverhltnis. Fr den Autor wird im zweiten Teil des Buches der HMI Traum zum HMI Albtraum. Im Kapitel Ich will hier raus. verflht Moraga in das Gut und Bse Schemata. Bis 2011 waren alle Entscheidungen seine Entscheidung und jetzt seit 2011 war das pltzlich ganz anders. Ich war der Unternehmer und sollte trotzdem tun , was die Gesellschaft will und deren Folgen ausbaden. Von diesem Zeitpunkt an hat meine Meinung und meine Entscheidung nichts mehr gegolten. Man war pltzlich nichts mehr wert. Wre Moraga mit echten unternehmerischen Genen gesegnet, htte er nach 20 jhriger Betriebszugehrigkeit das HMI-System lngst durchschaut und eine persnliche Risikoanalyse gemacht, was passiert wenn wie jetzt die Organisation in eine Krise strzt wie sie sie mglicherweise noch nie erlebt hatte. Sein ehemaliger Strukturvertrieblerkollege Peter Weghorn war in dieser Hinsicht cleverer und weitsichtiger, weil er erstens die Fallstricke des Systems frhzeitig genug erkannte und zweitens rechtzeitig und professionell seinen Ausstieg aus dem System vorbereitete. Moraga macht in der Endphase seiner HMI Karriere strategisch und taktisch so ziemlich alles falsch was man nur falsch machen kann (Kapitel Thank God for Facebook, Kampf mit allen Mitteln, aber ohne Regeln). Dem Leser fllt im Teil 2 zunchst die rasant steigende Emotionalitt in den Schilderungen Moragas auf. Dabei war schon der erste Teil alles andere als ein nchternes Sachbuch! Aber hier im zweiten Teil platzt das Ventil von Francesco Moraga. Er schreibt sich seinen ganzen Frust und Unmut von der Seele. Hier geht es dem Leser hnlich wie einem Zaungast, der dem Rosenkrieg eines zerstrittenen Ehepaares beiwohnt. Die Schilderungen im zweiten Teil des Buches gehen einher mit verbalen und stilistischen Entgleisungen, die in einer Verffentlichung nichts zu suchen haben. Den ehemaligen ERGO Vertriebsvorstand bezeichnet Moraga als degradierten Hampelmann, an anderer Stelle als Kommunikationslegastheniker. Fazit: Stilistisch ist das Buch eine herbe Enttuschung. Kein Wunder, da Verlage sich in Zurckhaltung bten. Vor dem Hintergrund eines laufenden Rechtsstreits mit der ERGO ist eine solch emotional aufgeladene Verffentlichung als fragwrldig wenn nicht gar ungeschickt anzusehen. Lesenswert ist dieses Buch v.a. deshalb, weil es Einblicke in die strukturellen und ethischen Abgrnde einer ganzen Branche samt seiner Akteure gewhrt, die selten in dieser Offenheit und mit so viel vevre publiziert wurden. Der US-amerikanische Starinvestor Warren Buffett bezeichnete einmal Derivate als Massenvernichtungswaffen fr die Finanzmrkte. Strukturvertriebe drften eine vergleichbare Wirkung entfalten. Davon ist man als Leser nach der Lektre von Moragas Buch berzeugt, und von der Warte aus betrachtet, drfte Moraga sich und seiner Branche mit dieser Verffentlichung auch einen Brendienst erwiesen haben. 3 von 4 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Leider kein Schriftsteller Von Ormina Qadery Die Geschichte an sich hat mich sehr interessiert, leider habe ich mich nur bis zur Mitte des Buches zwingen knnen, da der Moraga zwar eine interessante Geschichte hat, diese jedoch behaupt nicht gut auf das Papier bringen konnte. Schade. 8 von 15 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Eine Tolles Buch, besonders fr Unternehmer sehr zu empfehlen Von Customer Ich war schon sehr gespannt auf das Buch von Francisco Moraga, da auch Ich von 1999-2003 bei der HMI ttig war und Herr Moraga mein Geschftsstellen - Leiter. Besonders neugierig war ich natrlich auf die Zeit nachdem ich die HMI verlassen hatte. Nachdem ich das Buch in 2 Tagen durchgelesen hatte, hat mich immer wieder eines besonders an diesem Unternehmer fasziniert. Sein Durchhaltevermgen und seine Bereitschaft alles fr sein Ziel zu

geben um dieses dann auch zu erreichen mit allen Hindernissen, die auf einen Warten. Viele geben auf, suchen Schuldige für den nicht eintreffenden Erfolg in Ihrem Leben. Fakt ist, jeder hat seine Zukunft und seinen Erfolg selbst in der Hand, und das hat Herr Moraga mit ehrlicher und harter Arbeit mehr als erfolgreich umgesetzt. Dabei hat er es natürlich auch richtig krachen lassen, denn Erfolg kann so richtig Spass machen. Verrückte Leute mit verrückten Aktionen können eben auch sehr viel verrücken! Leider musste Herr Moraga dann die Willkür der Vorstände des ERGO Konzerns spüren, die im Grunde sein Lebenswerk, das er sich über Jahre aufgebaut hat zerstört haben. Mein Fazit: "Einfach nur die Wahrheit" ein tolles Buch, was mich sehr motiviert hat niemals aufzugeben. Das es Vorstände und Manager gibt, die Millionen verballern und über Leichen gehen ist leider tägliche Realität.

Kurzbeschreibung Sein Antrieb sind Visionen und gesteckte Ziele. Und was er sich vornimmt, das erreicht er auch. Mit Disziplin, harter Arbeit, Engagement und totalem Einsatz. Francisco Moraga - ein Frankfurter mit spanischen Wurzeln. Sein Talent: Menschen zu begeistern. Sein Business: Vertrieb! Seine Erfolgsbedingung: unternehmerische Freiheit. 24 Jahre gehörte er der legendären HMI an, der Vertriebsorganisation der Hamburg- Mannheimer Versicherung AG, dem wohl berühmtesten und erfolgreichsten Strukturvertrieb im Bereich der Finanzdienstleistung. 18 Jahre davon war er als Direktionsrepresentant ganz oben aktiv. In der Zeit baute er sein Unternehmen mit vielen 100 Partnerinnen und Partnern so auf, dass es für eine solide, erfolgreiche Zukunft gerüstet war. Doch dann kam der Ergo-Skandal - die Sexreise Budapest, vielen Kunden-Betrugereien und dazu eine Konzernpolitik, die zum Niedergang einer Top-Marke und einer Organisation wurde. Auf Menschen und auf deren Unternehmen nahm die Konzernführung dabei keine Rücksicht. Im Gegenteil. Einer aber lie sich das nicht gefallen: Francisco Moraga! Mit seinem Buch, das spannender ist als so mancher Wirtschaftskrimi, das hinter die Kulissen eines Konzerns blickt und Verstrickungen und Machenschaften aufdeckt oder ans Tageslicht bringt, sagt dieser Insider, dieser Ex-HMI-Top-Mann nur eins, aber dafür schonungslos: Einfach nur die WAHRHEIT!

Kurzbeschreibung Sein Antrieb sind Visionen und gesteckte Ziele. Und was er sich vornimmt, das erreicht er auch. Mit Disziplin, harter Arbeit, Engagement und totalem Einsatz. Francisco Moraga - ein Frankfurter mit spanischen Wurzeln. Sein Talent: Menschen zu begeistern. Sein Business: Vertrieb! Seine Erfolgsbedingung: unternehmerische Freiheit. 24 Jahre gehörte er der legendären HMI an, der Vertriebsorganisation der Hamburg- Mannheimer Versicherung AG, dem wohl berühmtesten und erfolgreichsten Strukturvertrieb im Bereich der Finanzdienstleistung. 18 Jahre davon war er als Direktionsrepresentant ganz oben aktiv. In der Zeit baute er sein Unternehmen mit vielen 100 Partnerinnen und Partnern so auf, dass es für eine solide, erfolgreiche Zukunft gerüstet war. Doch dann kam der Ergo-Skandal - die Sexreise Budapest, vielen Kunden-Betrugereien und dazu eine Konzernpolitik, die zum Niedergang einer Top-Marke und einer Organisation wurde. Auf Menschen und auf deren Unternehmen nahm die Konzernführung dabei keine Rücksicht. Im Gegenteil. Einer aber lie sich das nicht gefallen: Francisco Moraga! Mit seinem Buch, das spannender ist als so mancher Wirtschaftskrimi, das hinter die Kulissen eines Konzerns blickt und Verstrickungen und Machenschaften aufdeckt oder ans Tageslicht bringt, sagt dieser Insider, dieser Ex-HMI-Top-Mann nur eins, aber dafür schonungslos: Einfach nur die WAHRHEIT!