



# Österreichischer Verband Financial Planners

## Marketing-Grundsätze

Beschlossen von der Generalversammlung des Verbandes am 11.9.2012 in Wien als Ergänzung der Statuten des Verbandes

### § 1 Grundsätzliches

Die Marketing-Grundsätze sind Bestandteil der Statuten und sind für CERTIFIED FINANCIAL PLANNER™ im Rahmen der Eigenwerbung einzuhalten.

Die Mitglieder sind verpflichtet, gegenüber Dritten, insbesondere Kunden, und sonstigen Marktteilnehmern jederzeit in geeigneter, auf mögliche Firmengrundsätze über Corporate Design abgestimmter Weise auf ihre Eigenschaft als CFP® (CERTIFIED FINANCIAL PLANNER™) hinzuweisen. Dieses kann vorzugsweise durch das Anbringen und Führen des Zertifizierungszeichens auf Visitenkarten, Briefbögen sowie auf Geschäfts- und Werbeunterlagen geschehen.

Dabei sind die Mitglieder verpflichtet, die Zertifizierungszeichen ausschließlich in der nachfolgend dargestellten Art und Weise zu verwenden. Die Verwendung abgewandelter Versionen ist unzulässig und kann, weil die nachfolgend dargestellten Ausführungen des Zertifizierungszeichens im In- und Ausland markenrechtlich geschützt sind, vom Markeninhaber und / oder dem Österreichischen Verband Financial Planners als ausschließlicher Lizenznehmer für Österreich nach den Bestimmungen des Markenrechts zu Vermeidung einer Verwässerungsgefahr der geschützten Kennzeichnung gerichtlich und außergerichtlich verfolgt werden.

### § 2 Unterrichtung von Kunden über den Status als CERTIFIED FINANCIAL PLANNER™

Als zertifizierter CERTIFIED FINANCIAL PLANNER™ ist es notwendig, über den Zertifizierungs-Status zu informieren. Diese Information ergänzt die bisherige Kundenkommunikation, will und kann diese aber nicht ersetzen.

Der Österreichische Verband Financial Planners ist durch das Lizenzabkommen mit dem Financial Planning Standards Board, Ltd. in Denver/USA verpflichtet, auf die Einhaltung bestimmter Regeln zu achten.

Jedes Mitglied im Österreichischen Verband Financial Planners muss seine bestehenden und potentiellen Kunden im Bereich Finanzplanung über sein Tätigkeitsgebiet in geeigneter Form informieren. Hierzu reicht nicht alleine die Bezeichnung CFP® (CERTIFIED FINANCIAL PLANNER™) aus, sondern es muss eine weitergehende Information über die Standards der CERTIFIED FINANCIAL PLANNER™ erfolgen. In dieser Information sind die Berufsgrundsätze, die Grundsätze ordnungsmäßiger Finanzplanung und der Verweis auf das Ehrengericht ebenso Bestandteil wie Hinweise zum Financial Planning.

Die Mitglieder haben die Wahl: Sie können die vorgegebenen Inhalte in eine bestehende Kundenkommunikation einbauen oder die vom Österreichischen Verband Financial Planners erstellte Broschüre hierzu verwenden.

### **§ 3 Nutzung der Bezeichnung CFP<sup>®</sup>, CERTIFIED FINANCIAL PLANNER<sup>™</sup> sowie des Logos**

Als zertifiziertes Mitglied im Österreichischen Verband Financial Planners ist es notwendig, die Zertifizierungszeichen und das Logo - den Schriftzug CFP<sup>®</sup> mit der Flamme darüber - im Rahmen des beruflichen Auftritts zu nutzen. Im Briefkopf, auf Visitenkarten, in Anzeigen oder Broschüren sollte die Bezeichnung in Kurzform oder Langfassung und das Logo untergebracht werden. Wird das Logo nicht verwendet, so ist die Buchstabenkombination CFP zu nutzen.

Die Zertifizierungszeichen sowie die Logos sind eingetragene Warenzeichen. Ihr Gebrauch ist auch in Österreich an bestimmte Regeln gebunden, die in der Folge erläutert werden.

Verstöße gegen diese Marketing-Grundsätze haben eine Abmahnung durch den Österreichischen Verband Financial Planners zur Folge; zur Wahrung der Schutzrechte an Bezeichnung und Logo können Sanktionen bis zum Lizenzentzug verhängt werden.

### **§ 4 Das Logo: Größe, farbliche Varianten und Abstände**

Eckpunkte des CFP-Logos: Halbkreis, Flamme und CFP<sup>®</sup> bilden eine unveränderbare Form. Das Zeichen ® für „Registered“ steht dazu in einem festen Größenverhältnis.

Das Logo gibt es in zwei Versionen:

- Logoversion 1 für Abbildungsgrößen über 13 mm Breite,
- Logoversion 2 mit kleinerem ® für Abbildungsgrößen unter 13 mm Breite.

Das Logo gibt es nur in einer Version für alle Größen

### **§ 5 Farbstellungen für das Logo**

Es sind drei Farbstellungen für das CFP-Logo in Positiv-Darstellung erlaubt:

- Halbkreis in dunkelblau, CFP und ® in schwarz
- durchgängig dunkelblau
- durchgängig in schwarz

Auf dunklem Hintergrund kann das Logo in Negativ-Darstellung erscheinen (Logo in Papierweiß).

### **§ 6 Helligkeitswerte für das Logo**

CFP-Logo: Nachfolgende Helligkeitswerte sind gestattet für den Logo-Hintergrund

- 0 % bis 40 % in der Positiv-Darstellung,
- über 40 % bis 100 % in der Negativ-Darstellung.

Eine Nutzung des Logos als Wasserzeichen ist nicht gestattet.

### **§ 7 Positionierung des Logos**

Ein „Achtungs-Abstand“ ist vorgeschrieben: Die Höhe des Schriftzuges „CFP“ beim CFP-Logo zu allen Seiten des Logos. In diesem Bereich dürfen sich weder Schrift noch andere grafische Elemente befinden.

## **§ 8 Beispiele für falsche Nutzung der Logos**

- Weitere Farben
- Weitere grafische Elemente
- Nutzung des Halbkreises ohne CFP-Schriftzug
- Falsche Proportionen
- Mischung von negativ/positiv
- Unruhiges Hintergrund-Muster
- „Eigene“ Farben für das Logo
- Unproportioniertes „Nachbauen“
- Nutzung der Logos als Firmenlogos
- Kombination des Firmenlogos mit dem CFP-Logo
- Nutzung des CFP-Logos zur Ergänzung des Firmenlogos
- Einsatz des CFP-Logos wie ein Titel oder als Berufsbezeichnung

## **§ 9 Beispiele für den Einsatz des Logos auf Briefpapier und Visitenkarten**

In Fällen, wo Corporate Design-Vorschriften des Unternehmens weitere Logos verbieten, werden die Begriffe CFP® mit dem Namen des Zertifizierten benutzt. Auf die Logos kann dann verzichtet werden.

Das Logo darf in der Außendarstellung (vom Briefpapier bis zur Anzeige, vom Prospekt bis zum Türschild) nur von zertifizierten Personen benutzt werden. Der Anschein, das ganze Unternehmen sei zertifiziert, soll vermieden werden. Haben zum Beispiel drei Personen einer Firma ein oder beide Zertifizierungszeichen inne, können sie sich mit dem Logo darstellen. Die Zuordnung des Logos zum Namen der Zertifizierten muss deutlich erkennbar sein. Das Logo wird - mit ausreichendem Abstand - in deutlicher Zuordnung zum Namen des Zertifizierten eingesetzt.

Eine klare Zuordnung der Zertifizierten zum jeweiligen Logo muss gewährleistet sein - eine lose Zuordnung erweckt den falschen Eindruck, das ganze Unternehmen sei zertifiziert.

## **§ 10 Graphische Darstellung**

Der Vorstand des Österreichischen Verbandes Financial Planners ist ermächtigt, den Verbandsmitgliedern zusätzliches Material mit graphischer Darstellung zur Erläuterung der Marketing-Grundsätze zur Verfügung zu stellen.

## Das CFP-Logo

### Form des Logos



← ———— > 13 mm ———— →

Logoverision groß  
für Anwendungen über 13 mm Breite



← ———— →  
≤ 13 mm

Logoverision klein  
für Anwendungen bis 13 mm Breite

### Farbstellungen des Logos



Halbkreis dunkelblau  
Schrift schwarz



durchgängig  
dunkelblau



durchgängig  
schwarz



Negativ-Darstellung  
(Logo papierweiß)

### Helligkeitswerte des Logo-Hintergrundes



Logohintergrund 0% bis 40%:  
Positiv-Darstellung



Logohintergrund 40% bis 100%:  
Negativ-Darstellung

### „Achtungsabstand“

Höhe des Schriftzugs CFP zu  
allen Seiten des Logos.

In diesem Bereich dürfen sich  
weder Schrift noch andere  
grafische Elemente befinden.



## Das CFP-Logo

### Verbotene Anwendungen des CFP-Logo



Keine  
weiteren  
Farben!



Keine  
weiteren  
grafischen  
Elemente!



Nicht den  
Halbkreis  
allein  
benutzen!



Keine  
falschen  
Proportionen!



Nicht  
negativ/  
positiv  
mischen!



Keine  
„eigenen“  
Farben für  
das Logo!



Keine  
unruhigen  
Hintergrund-  
muster!



Nicht  
verzerrt  
„nachbauen“!



Nicht als  
Firmenlogo  
benutzen!



Firmenlogo  
nicht mit  
CFP-Logo  
kombinieren!



CFP-Logo nicht  
zur Ergänzung  
des Firmenlogos  
benutzen!



CFP-Logo nicht wie  
einen Titel oder als  
Berufsbezeichnung  
einsetzen!

### Beispiele für den richtigen Einsatz des CFP-Logos auf Briefpapier und Visitenkarten

In Fällen, wo Corporate Design-Vorschriften des Unternehmens weitere Logos verbieten, wird der Begriff CFP mit dem Namen des Zertifizierten benutzt. Auf das CFP-Logo kann dann verzichtet werden.

Dr. Daniel Möglich  
Senior Consultant

OPTION CONSULTING  
Finanzberatung und Dienstleistung GmbH  
Eiblinger Straße 123  
4312 Standort  
Telefon 04476 987654  
Fax 04476 987654  
moeglich@option.at

OPTION CONSULTING  
Finanzberatung und Dienstleistung GmbH  
Dr. Daniel Möglich  
Senior Consultant  
Eiblinger Straße 123  
4312 Standort  
Telefon 04476 987654  
Fax 04476 987654  
moeglich@option.at

finanz|option  
Finanzberatung und Dienstleistungen GmbH  
Eiblinger Straße 123 • 4312 Standort  
Telefon 04476 987654 • Fax 04476 987654  
moeglich@finanzoption.at  
Dieter Michael Möglich CFP  
Senior Consultant

finanz|option  
Finanzberatung und Dienstleistungen GmbH  
Eiblinger Straße 123 • 4312 Standort  
Telefon 04476 987654 • Fax 04476 987654  
moeglich@finanzoption.at  
Dieter Michael Möglich CFP  
Senior Consultant

OPTION CONSULTING GmbH  
Dorothea Gut-Möglich  
Geschäftsführerin  
Certified Financial Planner  
Eiblinger Straße 123 • 4312 Standort  
Telefon 04476 987654 • Fax 04476 987654  
gut-moeglich@finanzoption.at

OPTION CONSULTING  
Finanzberatung und Dienstleistung GmbH  
Giesinger Straße 123 • 54321 Standort  
Telefon 09876 987654 • Fax 09876 987654  
gut-moeglich@finanzoption.de

## Das FPSB-Logo

### Form des Logos



FINANCIAL PLANNING STANDARDS BOARD

Ein Logo für alle Größen

Das Logo darf nur in seiner vollständigen Form, d. h. mit der Bezeichnung AUSTRIA

und der Unterzeile FINANCIAL PLANNING STANDARDS BOARD eingesetzt werden.

### Farbstellungen des Logos



Buchstaben schwarz  
„Flammen“ blau



durchgängig  
schwarz



Negativ-Darstellung  
(Logo papierweiß)

### Helligkeitswerte des Logo-Hintergrundes

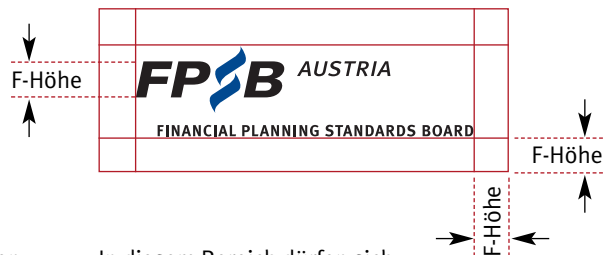


Logohintergrund 0% bis 40%:  
Positiv-Darstellung



Logohintergrund 40% bis 100%:  
Negativ-Darstellung

### „Achtungsabstand“



Höhe des F zu allen Seiten  
des Logos.

In diesem Bereich dürfen sich  
weder Schrift noch andere  
grafische Elemente befinden.