

## Mandantenveranstaltungen

# Zeigen Sie Ihre Facetten

Wie Sie mithilfe von lockeren und informativen Kanzleiveranstaltungen, Mandantenseminaren oder anderen Veranstaltungen Ihre Bestandsmandanten immer wieder begeistern und potenzielle Neumandanten für sich interessieren, hängt auch von Ihrem Ideenreichtum ab.

## » Serienplaner

Teil 29 –  
**SteuerConsultant 03/2009**  
 Mandanteninformationen

Teil 30 –  
**SteuerConsultant 04/2009**  
 Lokal richtig werben

Teil 31 –  
**SteuerConsultant 05/2009**  
 Kommunikation  
 zwischen Steuerberater  
 und Mandant

### Abonnenten-Service

Abonnenten können im Internet unter [www.steuer-consultant.de](http://www.steuer-consultant.de) das Themenarchiv nutzen und unter anderem alle Teile der Serie „Marketing“ kostenlos nachlesen.

Sie machen einen guten Job für Ihre Mandanten. Bei jedem Beratungsgespräch können sie sich von Ihrer Kompetenz und Ihrem Fachwissen überzeugen. Aber eine gute Mandantenbindung basiert auf mehreren Säulen. Wenn Sie daneben auch Zusatzaktivitäten bieten, stärken Sie Ihr Image und gewinnen neue Mandanten hinzu.

Denken Sie an Mandantenseminare, Branchentreffs, Kanzleifeiern oder kulturelle Highlights, die Sie im Namen Ihrer Kanzlei veranstalten können. Hier ist mit Sicherheit für jede Kanzlei und deren Mandanten etwas Passendes dabei.

Mandantenseminare eignen sich besonders für die Wissensvermittlung. Am besten planen Sie hier einen speziellen Themenabend, an dem Sie ein Fachthema in 20 Minuten behandeln. Wenn Sie zu solchen Anlässen einen Gastredner präsentieren, der zu Publikumsthemen, wie etwa Marketing, Motivati-

on oder Trendforschung, spricht, sichert das großes Interesse und regen Zulauf zu Ihrer Veranstaltung. Ausgewiesene Spezialisten auf einem Gebiet ziehen immer und Ihre Veranstaltungen gelten bald als Fixpunkt in den Kalendern Ihrer Mandanten.

Eine andere Möglichkeit wäre ein Sonntagsbrunch mit Gästen aus Wirtschaft, Politik und Wissenschaft. Damit erweitern Sie Ihr Netzwerk, aber auch Ihren Mandanten wird diese Art von Veranstaltungen potenzielle Neuaufträge oder Optionen bieten. Mit festlichen Anlässen, wie zum Beispiel einer Einweihung des neuen Büros, einem Neujahrsempfang oder der Eröffnung einer Vernissage, sorgen Sie für Gesprächsstoff.

### Frühzeitig mit der Veranstaltungsplanung beginnen

Im Idealfall erscheinen auch alle geladenen Gäste. Deshalb sind besonders die Einladungsphase und die Erinnerungsphase von großer Bedeutung. „Save the date“ – dieses Schlagwort steht für die Bekanntmachung des Termins einer Veranstaltung etwa zwei bis drei Monate im Voraus.

Am besten gelingt die Taktik mit einem Rund-Mail an alle potenziellen Gäste. Zur Verstärkung der ersten Aussendung schicken Sie vier bis sechs Wochen vor dem Tag X eine ansprechend gestaltete Einladung per Post.

Weisen Sie auf das Thema der Veranstaltung hin. Wenn es ein Buffet gibt, erwähnen Sie das auch in der Einladung. Beginnt die Veranstaltung zu einem Fachthema am Nachmittag, werden Ihre Gäste keine Verköstigung erwarten. Hier genügt eine Auswahl an Getränken. Anders ist es bei Abendveranstaltungen. Zusätzliche Hinweise finden Ihre Gäste auf Ihrer Homepage oder als Zusatz in einem regelmäßig erscheinenden Newsletter. Wenn Sie etwa zehn Tage vor der Veranstaltung nochmals in einem Mail an den Tag erinnern, bekommen Sie erfahrungsgemäß noch weitere Anmeldungen. Je nach Größe und Art der Veranstaltung gibt es verschiedene Möglichkeiten, Ihre Veranstaltung durchzuführen. Wenn die

Räumlichkeiten in der Kanzlei selbst mit einem großzügigen Besprechungsraum oder einer großen Eingangshalle aufwarten können, ist gegen die Nutzung nichts einzuwenden.

Bei größerer Besucheranzahl empfiehlt sich ein Seminarhotel oder ein Saal eines Veranstaltungszentrums. Die Veranstaltung in einem Zelt zu organisieren kann für Ihre Gäste eine nette Überraschung sein. Besonders im Sommer bietet sich hier beim lockeren Teil der Veranstaltung eine angenehme Atmosphäre.

Bei Wein und gegrillten Spezialitäten vom Buffet unterhält es sich gut. Das wird auch später von den Mandanten positiv bewertet werden. Wichtig für den Erfolg eines Events ist auch die Präsenz der Kanzleivertreter. Gesicht zu zeigen und den eigenen Bekanntheitsgrad zu steigern, stehen hier im Vordergrund. Ein Vortrag eines Kanzleimitarbeiters macht ebenso einen guten Eindruck.

Anders bei der Eröffnung einer Kunstausstellung. Hier genügen einige Begrüßungsworte durch den Chef und die Erklärung, warum die Vernissage gerade in der Kanzlei stattfindet. Vielleicht, weil Sie die Galerie finanziell unterstützen oder die Bilder des Künstlers auch in Ihren Räumlichkeiten zu finden sind. Beim ersten Besuch eines neuen Mandanten in Ihrer Kanzlei wird er diese wieder erkennen.



### Johann Aglas

ist Geschäftsführer der Atikon Marketing & Werbung GmbH in Linz. Das Unternehmen ist spezialisiert auf Marketing und Internet/Homepage-Gestaltung für Steuerberater.

E-Mail: [johann.aglas@atikon.com](mailto:johann.aglas@atikon.com)  
[www.atikon.com](http://www.atikon.com)