

## Public Relations

# Ins rechte Licht rücken

*Kanzleien gibt es sehr viele hierzulande – unter solchen Voraussetzungen gilt es, sich von der Masse zu unterscheiden. Sie sollten deswegen nicht auf Ihr Image pfeifen, sondern das öffentliche Erscheinungsbild Ihrer Steuerkanzlei gekonnt formen.*

Öffentlichkeitsarbeit, auch Kommunikationsmanagement genannt, steht für alle Maßnahmen zur Imagepflege Ihrer Kanzlei in der Öffentlichkeit. Kurzum, PR beschäftigt sich mit dem guten Ruf Ihrer Kanzlei und trägt so wesentlich zur Mandantenbindung und zur Neukundenerschließung bei. Erfahren Sie mehr darüber, was Sie für Ihren guten Ruf beziehungsweise mediale Berichterstattung tun können. Public Relation ist im Gegensatz zur Werbung eigentlich kostenlos, aber nicht umsonst.

Mediale Aufmerksamkeit ist leider nicht so einfach zu erregen, deshalb müssen Sie als Kanzlei tüchtig daran arbeiten. Regionale Medien greifen gerne auf heimische Experten aus Kanzleien zurück, um ihrer Berichterstattung Hand und Fuß zu geben.

Einen guten Draht zu den Medien bekommt man natürlich nicht einfach so: Entweder Sie haben bereits gute Kontakte zu Journalisten oder Sie müssen sich diese erarbeiten. Damit man Sie als Experten auf Ihrem Fachgebiet wahrnimmt und kennt, hilft es – über das Jahr verteilt – einige Anzeigen zu schalten. Wer das nicht kurzfristig, sondern vorausschauend plant, bekommt meistens Rabatte bei der Anzeigenschaltung und sichert sich

oftmals zudem kostenlose PR-Berichte. Gibt es etwas Neues aus Ihrer Kanzlei, eine Ausbildungsoffensive oder eine groß angelegte Veranstaltung zu einem spezifischen Thema? Dann kommunizieren Sie diese Informationen rechtzeitig vor allem an die lokalen Medien. Laden Sie Wirtschaftsjournalisten zu themenbezogenen Seminaren ein, Sie werden sich über rege Anteilnahme freuen können.

Eine professionell gestaltete Einladung und die rechtzeitige Aussendung verstehen sich von selbst. Sollte es in Ihrer Kanzlei oder durch Ihre Mitarbeiter zu fachspezifischen Veröffentlichungen von Artikeln kommen, lohnt es sich, auch hier ein Belegexemplar oder zumindest eine Presseaussendung, mit einer kurzen Beschreibung des Inhalts und einem Foto des Umschlags zu versenden.

Damit können Sie wahrscheinlich auch einen Platz in einem Fachmedium ergattern und Ihre Position als Meinungsführer verdeutlichen.

## Fachwissen über das Internet vermarkten

Das Internet ist ein idealer Ort, um Fachwissen kostengünstig zu vermarkten. Sollten Sie bereits ein Facebook- oder Twitter-Profil haben, nutzen Sie Ihren Account, um auch hier als Experte Ihres Fachbereichs aufzutreten. Durch jeden Eintrag verbessern Sie auch das Ranking Ihrer Person oder Ihrer Kanzlei bei der Schlagwortsuche im Internet.

Bei Presseinformationen gilt prinzipiell: Verwenden Sie Ihre Kontakte nur für wirkliche Neuigkeiten, versenden Sie verständliche Texte. Eine alte Regel besagt, alle Infos müssen auf einer A4-Seite Platz finden, die Zeit in der Redaktion ist zu knapp, um lange Romane zu lesen, also bereiten Sie Ihre Informationen journalistengerecht auf. Wenn es etwas zu berichten gibt, dann formulieren Sie diese Informationen möglichst verständlich, juristische Texte sind für Laien häufig ein-

fach nur Fachchinesisch. Denken Sie daran Bildmaterial bereitzustellen, mit guten Fotos erleichtern Sie den Journalisten die Arbeit und erzielen manchmal auch bessere Platzierungen beziehungsweise mehr Aufmerksamkeit der Leser.

„Tu Gutes und sprich darüber“ – wenn Ihre Kanzlei sich wohlwärtig engagiert, ist das sicherlich eine Presseaussendung wert, gerade in den regionalen Medien wird häufig über lokale Hilfsprojekte berichtet. Soziales Engagement wird in der Öffentlichkeit sehr gut aufgenommen: Verschweigen Sie nicht Ihre Bemühungen, sondern ergreifen Sie die Chance und rücken Sie Ihre Kanzlei ins rechte Licht. Und zu guter Letzt: Seien Sie kreativ! Außergewöhnliche Ideen verdienen schneller mediale Aufmerksamkeit!

## » Serienplaner

**Teil 61 –  
SteuerConsultant 12/2011  
Soziale Medien**

**Teil 62 –  
SteuerConsultant 01/2012  
Public Relations  
für Kanzleien**

**Teil 63 –  
SteuerConsultant 02/2012  
Google Adwords**

## 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.



### Johann Aglas

ist Geschäftsführer der Atikon Marketing & Werbung GmbH im oberösterreichischen Leonding. Atikon hat sich auf das Marketing und die Homepage-Gestaltung für Steuerberater spezialisiert.

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