

Trends im Steuerberatermarketing

NETZ. Bewegte Bilder und die zweitgrößte Suchmaschine der Welt.

Internetvideos erleben einen Boom. Online-Video-Marketing erreicht ein Milliardenpublikum über YouTube, die zweitgrößte Suchmaschine der Welt. Welches Potenzial Internetvideos für Steuerberater bereithalten und wie wichtig die Optimierung der eigenen Homepage für die Suchmaschinenergebnisse ist, dazu Markus Grund im Gespräch mit ÖGWThema.

Markus Grund
ist Geschäftsführer von
Atikon EDV
& Marketing
GmbH



ÖGWThema: Wie kommt es zum Run auf Internetvideos?

Grund: „Das hat kurz gesagt zwei Gründe. Menschen im Internet wollen unterhalten werden, Infos finden, Kontakte pflegen und Angebote durchstöbern. Video bietet das alles. Entertainment, Neuigkeiten und komplexe Inhalte werden auf einfache und ansprechende Weise vermittelt. Der andere Grund für den Boom ist die Technik. In den letzten Jahren sind Smartphones und Digitalkameras standardmäßig mit Videofunktion ausgestattet worden. Nichts leichter, als seine Onlinefreunde auch mit eigenen kleinen Videos zu versorgen.“

Was können Videos im Steuerberatermarketing leisten?

„Mit Onlinevideos und einem eigenen YouTube-Kanal bieten Steuerberater einen hervorragenden Service und präsentieren ihre Kanzlei modern und am Puls der Zeit. Ein attraktives Videoangebot im Internet leistet einen wichtigen Beitrag zur Stärkung bestehender Klientenbeziehungen und unterstützt die Bemühungen in der Neugewinnung von Klienten. Die Kombination aus Sprache, Bild und Musik macht Videos zu einem effektiven Werbemittel. Und auch potenzielle Bewerber werden begeistert sein, wenn sich eine Kanzlei so modern und trendig präsentiert.“

Apropos Klienten, sind diese wirklich auf YouTube?

„Und ob. Ich höre immer wieder von Steuerberatern, dass sie sich keine Videos auf YouTube anschauen und meinen, die anderen machen das auch nicht. Jedoch ist es gerade bei jungen Menschen genau das Gegenteil. Und wer bei YouTube die falschen Schlüsse zieht, rudert an seiner Zielgruppe einfach vorbei. Denn jene, die denken wie man selbst, sind auch oft in derselben Branche und nicht Klienten.“

Worüber kann ein Steuerberater in einem Video informieren?

„Steuerberater können mit Videos viel Service und Hintergrundinformationen zur Verfügung stellen. Generell ist es wichtig, bei Videos vor allem auf eine professionelle Optik zu achten. Die Videos dürfen nicht verwackelt sein bzw. hausgemacht

wirken und Darsteller oder Sprecher müssen ordentlich gestylt sein. Heute gibt es für jeden Kommunikationsweg ein passendes Videoangebot. Mit bewegten Bildern werden komplexe Steuerthemen leicht verständlich transportiert. Vielerorts werden Videos auch zur korrekten Handhabung von komplexen Formularen eingesetzt und auch Steuernews à la „Zeit im Bild“ präsentiert. Imagevideos sieht man seltener, das hat auch seinen Grund. Ein Unternehmensvideo kann ganz nett sein, aber der Nutzen ist begrenzt. Über aktuelle Themen und Neuheiten zu informieren, kommt besser an, als eine reine Selbstdarstellung auf Video.“

Wie stellt man sicher, dass Steuerberatervideos auch Zuschauer finden?

„Wichtig für den Erfolg von Internetvideos bzw. hohe Klickraten sind topaktuelle Informationen, dargestellt in einem wenige Minuten langen Video. Für ein erfolgreiches Videokonzept, die Pflege und Weiterentwicklung einer Videothek nutzt ein Steuerberater am besten das Know-how und die Ressourcen eines erfahrenen Anbieters. Kanzleien, die auf diese schlanke Werbung setzen, erreichen mittlerweile 3-stellige Besucherzahlen auf YouTube.“

Fakten zum Thema

- ▶ YouTube ist nach Google zweitgrößte Suchmaschine der Welt. *Quelle: YouTube*
- ▶ Weltweit werden 4 Milliarden Internetvideos auf YouTube angesehen. *Quelle: CNET*
- ▶ Wer im Netz gefunden werden will, muss sich dem Thema Suchmaschinenoptimierung widmen.
- ▶ Viele Unternehmer glauben, dass sie gefunden werden, nur weil sie eine Homepage haben. Sehr viele Homepages können jedoch nicht von Google gefunden werden, weil sie falsch programmiert sind.
- ▶ 80 % der Klienten besuchen zuerst die Homepage, bevor sie mit dem Steuerberater bzw. Wirtschaftsprüfer sprechen.