

## Soziale Netzwerke

# Den Kinderschuhentwachsen

19 Millionen Deutsche nutzen Facebook täglich. Damit erzielt dieses soziale Netzwerk jeden Tag eine höhere Reichweite als die drei größten Tageszeitungen in Deutschland zusammengenommen (Quelle: Medienanalyse 2013 Pressemedien II).

Facebook hat erstmals genaue Nutzerzahlen für Deutschland veröffentlicht und zeigt, wie groß es inzwischen geworden ist. Ein enormes Potenzial für Marketing und Verkauf. Deswegen heißt das Gebot der Stunde „Mitmachen und Chancen nutzen“, denn der frühe Vogel fängt den Wurm.

Ebenso, wie heute eine eigene Homepage ein Muss für Steuerkanzleien ist, zählt inzwischen auch ein eigenes Social-Media-Profil für viele zum Standard. Soziale Netze dienen nicht nur der Veröffentlichung von Meldungen, sie dienen auch der Mitarbeiterrekrutierung, Mandantenbindung und -neugewinnung, Imageverbesserung und Absatzsteigerung. Als Marketingexperte können wir selbst zunehmend auch jene kritischen Geister überzeugen, die in einem Facebook-Auftritt einen gewissen Widerspruch zur Professionalität einer Kanzlei sehen. Die sozialen Netzwerke sind den Kinderschuhe entwachsen: Größte Nutzergruppe von Facebook ist 25 bis 34 Jahre alt, gefolgt von der Gruppe der 18- bis 24-Jährigen.

Bedenken, dass bei einem eigenen Facebook-Account eine Mandantenbeschwerde gepostet und damit öffentlich wird, können wir zerstreuen. Atikon realisiert seit drei Jahren

Social-Media-Profile für seine Kunden und ist mit einer eigenen Fanseite präsent. Uns ist bis dato kein derartiger Fall bekannt geworden. Sollte sich ein Mandant wirklich mit scharfen Worten über Facebook an Sie wenden, dann nutzen Sie diese große Chance, um aus einer schlechten Beziehung eine hervorragende zu machen. Unsere eigenen Erfahrungen bestätigen dies.

## Erfolg in sozialen Netzwerken erfordert hohen Zeitaufwand

Um in sozialen Netzwerken erfolgreich zu sein, müssen Sie aktiv sein, einen Mehrwert bieten und Ihren Auftritt professionell betreiben. Sie sollten Aufmerksamkeit erregen und zur Interaktion anregen – der Zeitaufwand für ein lebendiges Social-Media-Profil ist hoch. Ein Konzept und ein Umsetzungsplan müssen erstellt und ein adäquates Budget eingerichtet werden.

Oft können die Aufgaben nicht an die eigenen Mitarbeiter abgegeben werden, weil Ressourcen und Know-how fehlen. Am besten entscheiden Sie sich in diesem Fall für das Auslagern an einen erfahrenen Social-Media-Partner, der Ihnen eine erfolgreiche Umsetzung Ihrer Präsenz anbieten kann. Für die Professionalität Ihres Auftritts sorgen dann Spezialisten, die Postingthemen erarbeiten und umsetzen, die Ihre Marke stärken und Bekanntheit steigern.

Damit es aber zu einem dynamischen Dialog mit Ihren Fans kommt, ist eine ständige Redaktionsarbeit erforderlich, ebenso interessante Beiträge und das Know-how, wie Nutzer von sozialen Netzwerken ticken. Was ankommt, wissen wir selbst aus jahrelanger aktiver Arbeit in diesem Bereich. Oft ist weniger mehr und etwa ein Posting alle drei Tage optimal.

Am besten posten Sie zwischen 10 und 11 Uhr, 19 und 20 Uhr und an Samstagen und Sonntagen, denn an den Wochenenden sind

die meisten Nutzer online. Ein Bild sagt mehr als tausend Worte und kommt daher immer gut an, Links auf andere Seiten sollten sparsam eingesetzt werden. Halten Sie die Postings einfach, kurz und knackig, sprechen Sie die Emotionen der Nutzer an und animieren Sie zum „Liken“ und Teilen.

Wer mit einem eigenen Social-Media-Auftritt auf Mitarbeitersuche geht, kann sich über wachsenden Erfolg bei der Talentesuche freuen. Denn Unternehmen mit „sozialer Präsenz“ gelten als modern und bekommen leichter ein „Gefällt mir!“

Binden Sie auch Ihre Mitarbeiter in die Social-Media-Aktivitäten ein. Studien zeigen, dass Mitarbeiter sich zu einem höheren Grad mit ihrem Arbeitgeber identifizieren, wenn sie eingeladen werden, „Fan“ zu sein. Und je mehr Fans Sie haben, umso erfolgreicher verteilen sich Ihre Botschaften.

Nutzen Sie die Chance der sozialen Medien für Ihre Kanzlei. Sie werden überrascht sein, welche Potenziale sich für Sie auftun.

## » Serienplaner

**Teil 83 –  
SteuerConsultant 12/2013**  
Effektive Gestaltung  
der Kanzleiräume

**Teil 84 –  
SteuerConsultant 1/2014**  
Möglichkeiten der  
Social Media ausschöpfen

**Teil 85 –  
SteuerConsultant 2/2014**  
Online-Videos

## 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.



### Markus Danninger

ist Geschäftsführer der Atikon Marketing & Werbung im oberösterreichischen Leonding. Atikon hat sich auf das Marketing und die Homepagegestaltung für Steuerberater

spezialisiert. E-Mail: [markus.danninger@atikon.com](mailto:markus.danninger@atikon.com), [www.atikon.com](http://www.atikon.com)