

## Aufmerksamkeit ist Goldes wert

**KLIENTENBINDUNG.** „Kleine Geschenke erhalten die Freundschaft“. Was im Privaten gilt, ist auch für die langfristige Klientenbindung empfehlenswert. Gerade die Vorweihnachtszeit eignet sich gut, einmal Danke zu sagen und zu zeigen, dass man die langjährige Treue der Klienten nicht für selbstverständlich hält.

Von Markus Grund



### ZUM AUTOR

**Markus Grund**  
ist Geschäftsführer von **Atikon EDV & Marketing GmbH**

[markus.grund@atikon.com](mailto:markus.grund@atikon.com)

Wer freut sich nicht über ein Kompliment, ein Lächeln beim Empfang, ein offenes Ohr bei Anliegen oder ein praktisches Geschenk? Der Steuerberater baut mit dem Klienten über Jahre – ja mitunter sogar Jahrzehnte – hinweg eine Beziehung auf. Man sieht sich selten, aber regelmäßig. Ähnlich wie bei einem Arzt-Patienten-Verhältnis spielt dabei Vertrauen eine große Rolle. Wenn Sie das einmal gewonnen haben, steht einer langfristigen Kundenbindung nicht mehr viel im Wege. Dennoch muss die Beziehung gepflegt werden.

### Wertschätzung für Treue der Klienten

Ein Geheimnis für nachhaltigen Erfolg ist Aufmerksamkeit – in jeglicher Form! Widmen Sie Ihren Stamm-Klienten genauso viel Interesse wie denjenigen beim Erstgespräch. Das beginnt mit einem „offenen Ohr“: Leiten Sie während Gesprächen Ihr Telefon um und lassen Sie sich nur in Notfällen unterbrechen! Notieren Sie sich, wenn Ihnen Ihr Klient etwas Persönliches von sich preisgibt, das aus steuerlicher Sicht wesentlich ist. Ein Beispiel: Ihr Klient erzählt Ihnen, dass er stolzer Vater ist. Schreiben Sie sich auf, dass er Kinder hat und weisen Sie ihn bei der nächsten Gelegenheit auf etwaige Änderungen beim Kinderbetreuungsgeld hin. Legen Sie eine eigene Kunden-Datenbank mit privaten und Unternehmens-

Details an. So können Sie – um bei dem Beispiel zu bleiben – bei der nächsten relevanten Möglichkeit einen Newsletter an alle Klienten mit Kindern schicken, in dem sie entsprechende Änderungen und Tipps zur Abschreibung etc. ausführen. Mit einem Newsletter-System können Sie Ihre Aussenungen professionell verwalten.

### Kleine Geschenke – große Wirkung

Durch kleine Aufmerksamkeiten kann man gerade in der Adventszeit ruhig einmal „Danke“ sagen. Wichtig ist der Nutzen der Geschenke: Ein Beispiel sind Steuernews, die Sie Ihren Klienten monatlich nach Hause schicken. Viele Kanzleien verschenken zu Weihnachten die Steuerinfo – ein rund 100-seitiges Büchlein im Kanzleidesign mit hilfreichen Steuerspartipps für Klienten. Das ganze Jahr über kann Ihr Klient immer wieder bei Fragen (z.B. über Absetzbeträge, Schenkungsmeldegesezt, Betriebsausgaben für Unternehmer, u.v.m.) darin nachlesen; er wird das Büchlein also sicher ins Bücherregal stellen. Das bedeutet, Ihre Werbebotschaft ist langfristig im Büro oder Wohnzimmer des Klienten platziert und Ihr Image als serviceorientierter Steuerberater wird gestärkt. Nützlich sind auch USB-Sticks – natürlich mit Ihrem Logo bedruckt. Oder: Wer braucht heute nicht immer wieder einmal ein Brillenputztuch? Wer keine Lesebrille hat, hat zumindest eine Sonnenbrille oder – in der bald beginnenden Wintersaison – eine Skibrille. Es kann darüber hinaus zur Reinigung des Monitors verwendet werden und damit ist Ihr Logo direkt am Arbeitsplatz des Klienten präsent. Wichtig ist, alle Kunden möglichst gleich zu behandeln. Es wäre unangenehm, wenn sich zwei Ihrer langjährigen Klienten unterhalten und bemerken, dass einer eine Steuerinfo mit persönlicher Karte als Weihnachtsgeschenk bekommen hat während der zweite lediglich eine Karte erhalten hat. Stellen Sie sich vor, Sie selbst würden in einem griechischen Restaurant sitzen und der Kellner serviert am Nebentisch den Gästen kostenlosen Ouzo zur Rechnung. Ihnen knallt er die Rechnung dagegen lieblos auf den Tisch. Würden Sie wieder kommen? Wohl eher nicht.

### Realistische Erwartung

Gleich Dankbarkeit oder positive Rückmeldungen als direkte Reaktion auf kleine Aufmerksamkeiten zu erwarten, ist vermissen. Geschenke haben Einfluss auf die langfristige Klientenbindung und sorgen für positive Mundpropaganda für Ihre Kanzlei. Nicht mehr und nicht weniger. Im Idealfall ist der Klient überrascht über das Geschenk und freut sich. Da er Ihnen das ja fast „schuldig“ ist, kommt er wieder. Er zeigt das Präsent Freunden oder Kollegen, erzählt Positives über Ihre Kanzlei und sorgt damit für neue Klienten. Kleine Aufmerksamkeiten haben oft eine große Wirkung, die man meist erst erkennt, wenn man den nachhaltigen Erfolg der Kanzlei genauer hinterfragt. ■

Geschenke haben Einfluss auf die langfristige Klientenbindung und sorgen für positive Mundpropaganda für Ihre Kanzlei.

