

## Öffentlichkeitsarbeit

# Fachvorträge als Marketing-Tool

*Erfolgreich ein positives Image aufzubauen bedeutet, jede Gelegenheit für einen optimalen Außenauftritt zu nutzen. Fachvorträge oder Beiträge in Medien bieten die ideale Gelegenheit dazu.*

Überall, wo Werbung draufsteht, ist auch Werbung drin. Bei Inseraten in Zeitungen erkennt der Leser sofort, dass es sich um eine rein positive Selbstdarstellung handelt. Viel subtiler erreichen Sie potenzielle Mandanten, wenn Sie von einem Journalisten als Experte zu einem steuerlichen Thema befragt werden. Das ist wertvolle Werbung für Ihre Kanzlei, der „werbliche Anstrich“ fällt durch den objektiven Charakter der Berichterstattung weg. Zur Pflege des eigenen Images ist eine konsequente Pressearbeit wesentlich, unterstützen Sie Journalisten so gut es geht. Bieten Sie auf Ihrer Webseite einen Pressebereich an: Dort findet man aktuelle Informationen, ein Kurzprofil Ihrer Kanzlei und druckfähige Fotos zum Download.

Achten Sie darauf, dass die Bilder eine Mindestauflösung von 300 dpi haben, fügen Sie den Vermerk „Abdruck honorarfrei“ hinzu, wobei die Bildrechte selbstverständlich bei Ihnen liegen müssen. Damit erleichtern Sie Journalisten die Arbeit.

Netzwerken Sie aktiv: Nehmen Sie Kontakt mit Vertretern diverser Lokalmedien auf und bieten Sie sich als Experte für Steuerthemen an. Gerade in Zeiten, wo die sogenannten „Steuersünder“ in aller Munde sind, werden häufig Steuerberater interviewt. Haben Sie

sich auf ein bestimmtes Fachgebiet spezialisiert? Optimal! Heben Sie diese Spezialisierung bei jeder Gelegenheit hervor. Ihr Fachwissen ist Ihr Kapital: Das fängt bei der Homepage an, auf der Sie in den Texten auf Ihren Schwerpunkt hinweisen und eine Suchmaschinenoptimierung bei einer professionellen Agentur in Auftrag geben, sodass Sie zum Beispiel bei Google auch mit Ihrem Spezialgebiet gefunden werden.

In einem weiteren Schritt soll Ihr Fachgebiet überall zu finden sein – ob auf Ihren Broschüren oder auf Ihrem Kanzleischild. Wer sich beispielsweise rein auf Steuerberatung für Heilberufe spezialisiert, kann dies auf dem eigenen Logo integrieren. Nutzen Sie die Gelegenheit, bei Tagungen Fachvorträge zu halten, oder bieten Sie Seminare für Ihre Mandanten an.

## Bei der Planung nicht die Werbemittel vergessen

Neben der richtigen fachlichen Vorbereitung auf einen Vortrag dürfen Sie bei der Planung Ihre Werbemittel nicht vergessen. Derartige Veranstaltungen sind eine gute Plattform, um an Ihrem Image zu arbeiten. Legen Sie etwa Ihre aktuellen Steuer-News auf. Darin finden Mandanten aktuelle steuerliche Berichte – für Laien verständlich formuliert. Damit hinterlassen Sie einen guten Eindruck.

Steuerberater, die sich auf Mediziner spezialisiert haben und einen Vortrag beispielsweise zum Jahresbeginn halten, sollten ausreichend Exemplare ihrer neuen Steuerinfo einpacken. Wer mit einem solchen Service punkten kann, ist seinen Mitbewerbern einen Schritt voraus: Schließlich können die Seminare noch so gut vorgetragen werden, zu Hause hat der Zuhörer letztlich nur noch die Unterlagen vor sich liegen.

Auf der Suche nach einem Steuerberater sind solche Produkte eine wichtige Entscheidungshilfe. Jetzt zählt nur noch, dass

auf allen Unterlagen Ihre Homepage und Ihre Kontaktdaten ersichtlich sind, dann haben Sie schon einen neuen Mandanten gewonnen. Wer mit seiner Kanzlei am Puls der Zeit bleiben möchte, darf auch vor Online-Marketing nicht zurückschrecken. Ziel ist es, durch interessante Informationen Besucher auf Ihre Webseite zu bringen, die später dann zu Mandanten werden. Darüber hinaus kann man die eigene Kanzlei zu einer Marke mit einem positiven Image machen. Neben Strategien, die Kanzlei-Webseite und deren Auffindbarkeit im Internet zu optimieren, bieten auch Social-Media-Plattformen wertvolle Chancen für die Platzierung Ihrer Botschaften.

Die neue Generation, junge Unternehmensgründer und die Mandanten Ihrer Zukunft sind zum Großteil bei Social-Media-Plattformen wie Facebook oder Twitter aktiv. Sie können sich ein eigenes Profil erstellen und immer wieder spannende steuerliche Neuigkeiten oder Tipps veröffentlichen. Details entnehmen die Leser Ihrer Webseite oder sie kommen direkt zu Ihnen in die Kanzlei.

Eine andere Strategie ist das Verfassen eines eigenen Steuer-Blogs. Wichtig sind dabei interessante und aktuelle Inhalte und keine vordergründigen Werbebotschaften. Vergessen Sie auch nicht, Ihre Kunden darauf aufmerksam zu machen, etwa mit folgendem Hinweis in einer E-Mail: „P.S.: Ich habe gesehen, dass Sie auch auf Facebook angemeldet sind – ich würde mich freuen, wenn ich Sie dort als Kontakt hinzufügen dürfte!“

## » Serienplaner

Teil 42 –  
SteuerConsultant 04/2010  
Kanzlei als Marke

Teil 43 –  
SteuerConsultant 05/2010  
Marketing-Tool  
Fachvorträge

Teil 44 –  
SteuerConsultant 06/2010  
Kleine Aufmerksamkeiten  
für Mandanten

## 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 österreichischen 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)