



# Kanzleimarketing – Die Weichen von Anfang an richtig stellen

**Michael Rebbelmund**  
DATEV Consulting

# Michael Rebbelmond

## Consulting Strategie und Managementberatung

### Zur Person



#### Michael Rebbelmond

Diplom-Kaufmann  
Consulting Strategie & Managementberatung

Mobil: +49(160)96774100  
E-Mail: michael.rebbelmond@datev.de



### Berufserfahrung

#### Beruflicher Werdegang

- **DATEV** Consulting, Strategie, Management
- **Beratung NGOs** Consulting, Strategie, BD, Vertrieb
- **Kaesler Nutrition** Strategie, Marketing, Vertrieb
- **Bomin Bunker Holding** Strategie, Marketing, Vertrieb, BD, CD
- **Fortum Energie** Strategie, Marketing, Vertrieb
- **Aim Marketing Network** Consulting, Strategie, Vertrieb, BD, CD
- **Deutsche BP** Produktmanagement, Strategie

#### Ausbildung

- Diplom-Kaufmann (Westfälische Wilhelms-Universität, Münster)
- Schwerpunkt Marketing und Statistik

### Beratungsschwerpunkte

#### Beratung von Kanzleien & Unternehmen

- Strategie/Konzeptentwicklung & -umsetzung
- Management
- Corporate Development
- Business Development
- Marketing als Managementfunktion
- Change-Management
- Personalmarketing
- Vertrieb
- (Unternehmens-)Kommunikation
- Merger/Post-Merger
- Trainingsentwicklung & -durchführung

### Methodenkompetenz

- Individuelle Beratung
- Moderation
- Workshops
- Vortrag
- Projektmanagement
- Training

# Situation und Hintergrund

## Wie sieht's bei Ihnen in Ihrer Kanzlei aus?

- Total busy?
- Fast ausnahmslos über 100% im operativen Geschäft verhaftet?
- Getrieben von kleinteiligen Alltagsproblemen?
- Es fehlt ein Rahmen? Ein Plan?
- ...

*Das Pferd wird stets  
von hinten aufgezäumt*

*Kanzleiorganisation  
= Twister-Spiel*

*Immer wieder wird  
eine neue Sau durchs  
Dorf getrieben*

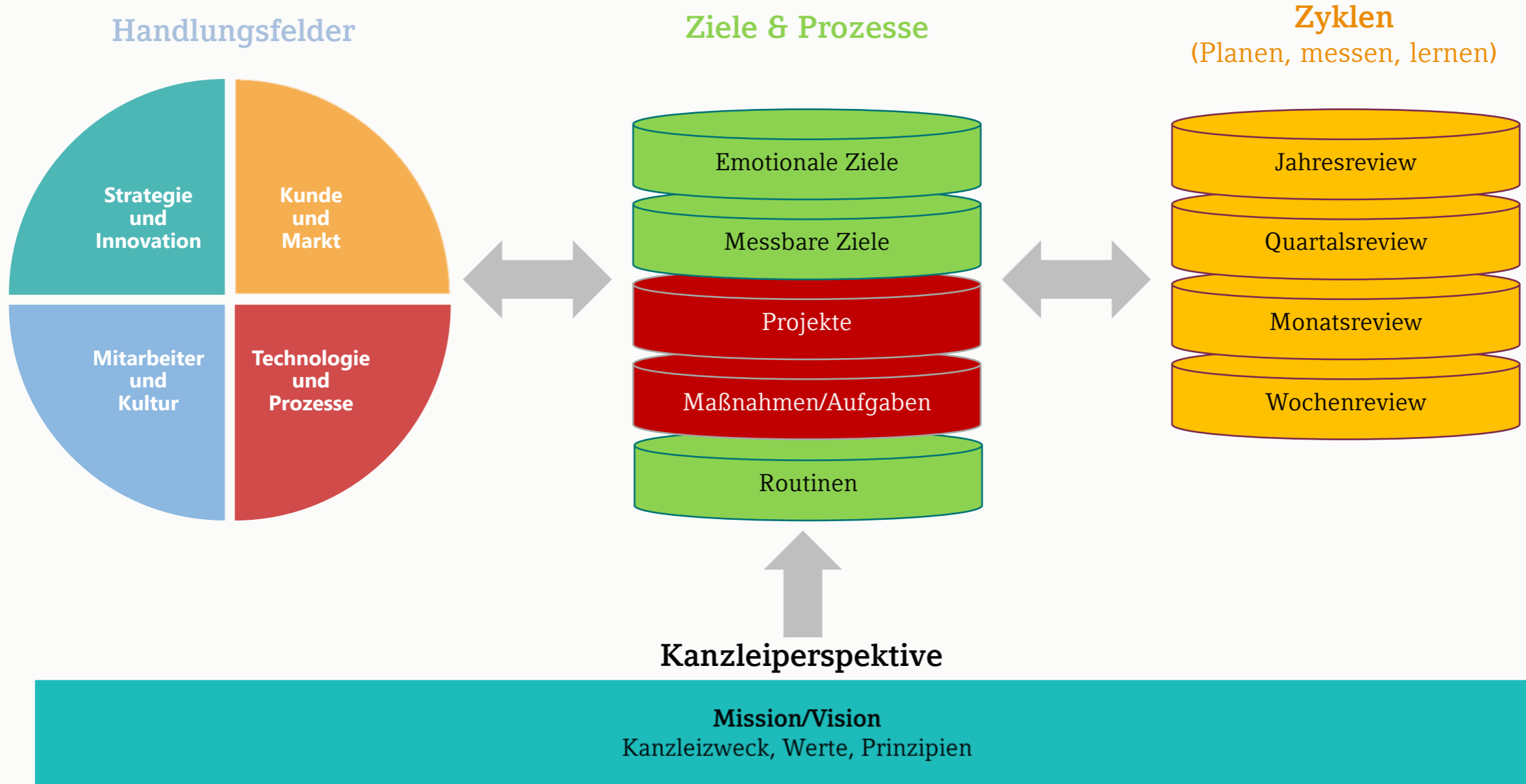
# Situation und Hintergrund

Sie müssen Ihre Kanzlei als ein Unternehmen verstehen!

Sie müssen den Projekten und Aufgaben eine Richtung, Struktur und Priorisierung geben!

*Paradigmenwechsel!*

# Situation und Hintergrund



# Die Kanzlei-Kurs-Canvas



# Das Leitbild/die Kanzleiperspektive als Basis und Spiegel der Strategie

## Mission

- Macht deutlich, warum es die Kanzlei heute gibt und was diese einzigartig macht

- Was ist unser „Auftrag“, unsere Mission?

## Werte

- Werte machen die Überzeugungen der Kanzlei deutlich.

- Welche Werte sind uns wichtig, die wir auch jederzeit leben und vertreten?

## Vision

- Beschreibt den „Nordstern“ oder den „Horizont“, an dem sich die Strategie ausrichten soll

- Wer wollen wir in der Zukunft sein?



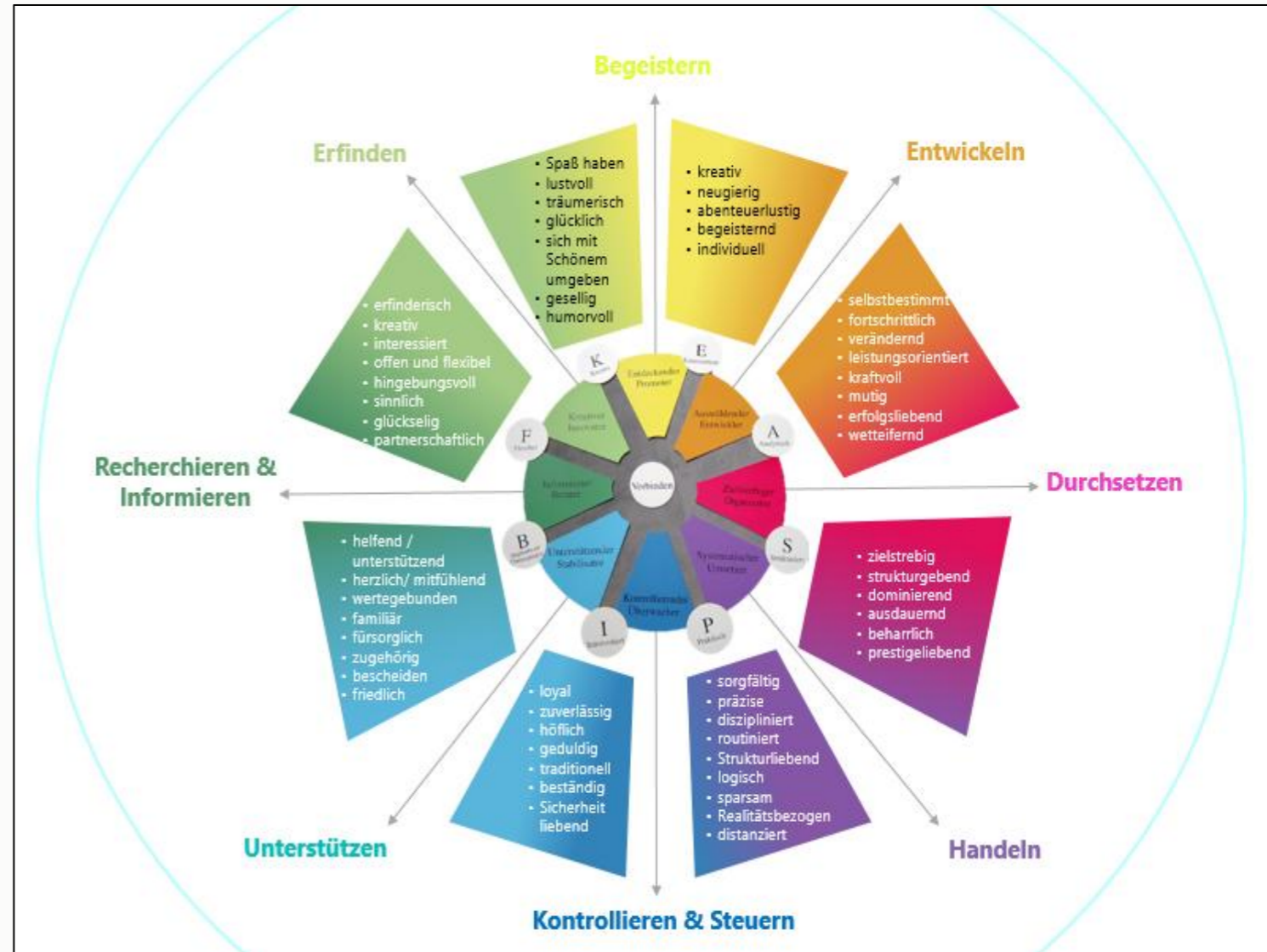
# Unsere Mission

- Was machen wir?
  - Worin besteht die Geschäftsidee, das Geschäftsmodell, der Daseinszweck der Kanzlei
  - Was wird für unsere Mandanten dadurch besser/einfacher/erfolgreicher
- Für wen machen wir es?
  - Wer sind unsere Zielgruppen auf dem Markt? Eigenschaften/Art/Größe/Branchen...
  - Wen möchten wir mit unseren Dienstleistungen erreichen?
- Wie machen wir es?
  - Worin besteht unser einzigartiger Ansatz?
  - Wie und warum machen wir unseren Kunden genau dieses Angebot?
  - Mit welchen Mitarbeitern arbeiten wir? Know How, Eigenschaften, Qualitätssicherung ...
  - Wie verhalten wir uns zum Wettbewerb?
- Welche Werte schaffen wir?
  - Welchen ideellen Nutzen stiften wir, der mit unserer Kultur, unserem Image in Verbindung steht?

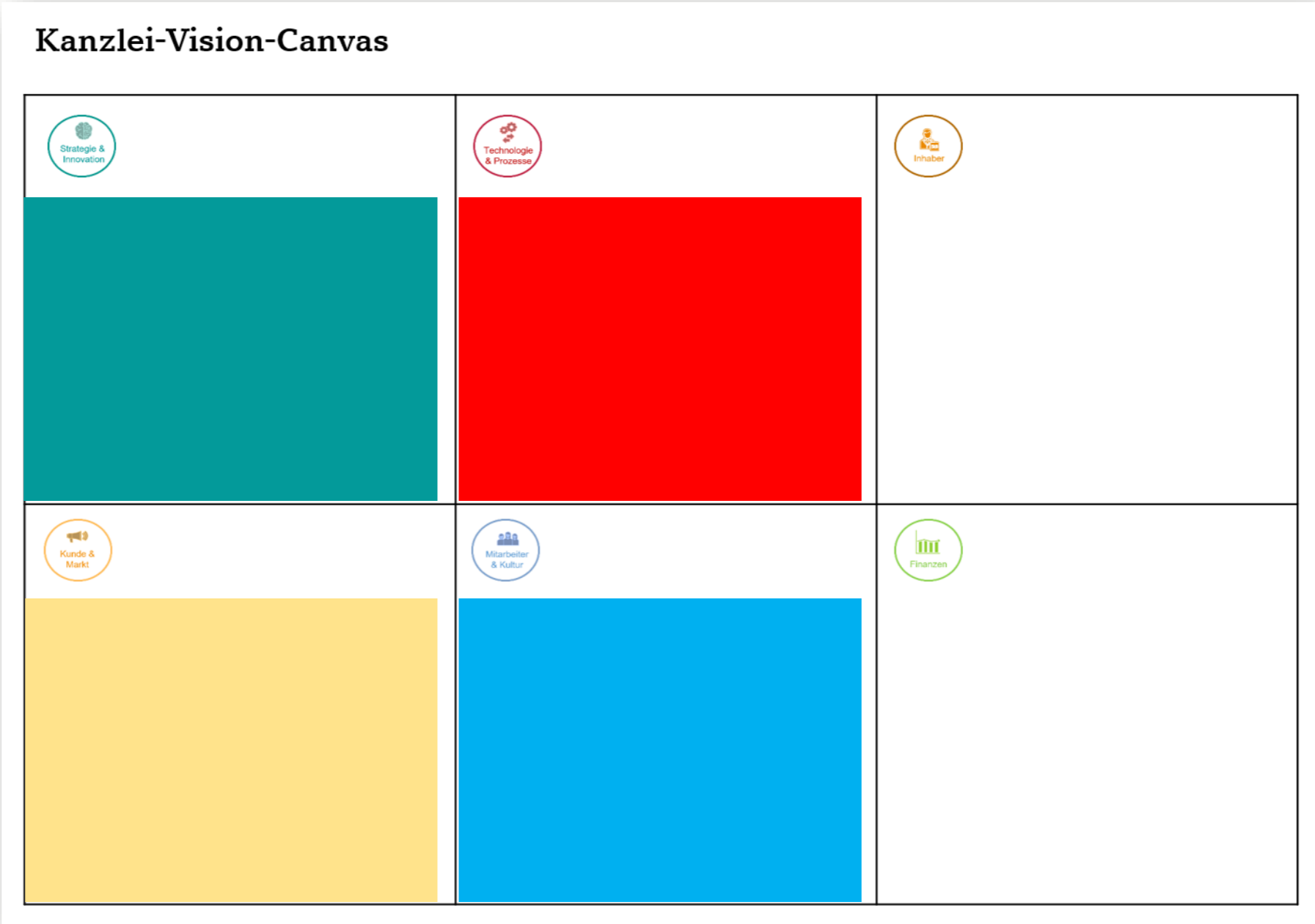
# Unsere Motive und Werte!

## Dafür stehen wir in der Kanzlei!

- Das ist für uns besonders wertvoll!
  - Persönlichkeitsmerkmale
  - Beziehungsmerkmale
  
- So erleben uns die Mandanten und die Mitarbeitenden!



# Unsere Vision



# Unsere Vision

Sammeln Sie Ideen, Wünsche und Vorstellungen zu Ihrer Kanzlei in 2030.  
Hierbei helfen Ihnen die beigefügten Leitfragen.



## Strategie und Innovation

Womit verdienen wir zukünftig unser Geld? Wie können wir mit Hilfe von Daten (datenbasierte Erlösmodelle) Umsatz generieren?  
In welchen Bereichen sind wir wirklich innovativ?  
Wie kommen wir zu neuen Ideen?  
Wie beziehen wir unsere Mitarbeiter / Kunden in den Innovationsprozess ein?  
Welche neuen Angebote wollen wir entwerfen?  
Mit welchen Partnern wollen bzw. müssen wir zusammenarbeiten?



## Kunde und Markt

Was verbindet man mit unserer Marke? Wie werden wir wahrgenommen?  
Welche Herausforderungen gibt es für unsere Mandanten? Wo stiften wir Nutzen bei unseren Mandanten?  
Wer und wo sind unsere Kunden?  
Welche Probleme unserer Kunden lösen wir?  
Welche Dienstleistungen bieten dafür wir an?  
Wie arbeiten wir mit unseren Kunden zusammen?  
Wie gewinnen wir neue Kunden?  
Wie wollen wir mit unseren Kunden kommunizieren?

...



## Technologie und Prozesse

Wie verhält es sich mit der Prozessoptimierung / Dokumentation?  
Wie sieht das interne Kommunikationskonzept aus?  
Wie steht es um die Aufgabensteuerung bzw. das Controlling?

...

# Unsere Vision

Sammeln Sie Ideen, Wünsche und Vorstellungen zu Ihrer Kanzlei in 2030.  
Hierbei helfen Ihnen die beigefügten Leitfragen.



## Mitarbeiter und Kultur

Wie ist die Partnerrunde organisiert bzw. arbeitet zusammen? Wie sieht die Aufbauorganisation der Kanzlei aus? Wie erfolgt die Mitarbeiterführung und -entwicklung? Wie binden wir Mitarbeiter in die Kanzleientwicklung ein?  
Welche Kompetenzen und Berufsbilder brauchen wir zukünftig?  
Wie viele Mitarbeiter werden wir beschäftigen? Was macht uns zu einem attraktiven Arbeitgeber?  
Wie finden wir unsere Mitarbeiter?  
Wie sieht das Arbeits(zeit)modell aus?  
Wie sieht das Entlohnungssystem aus?



## Finanzen

Wie hoch soll unser Umsatz sein?  
Welchen Anteil soll zukünftig Beratung ausmachen?  
Welche Rendite und Umsatz pro VZÄ streben wir an?  
...



## Inhaber

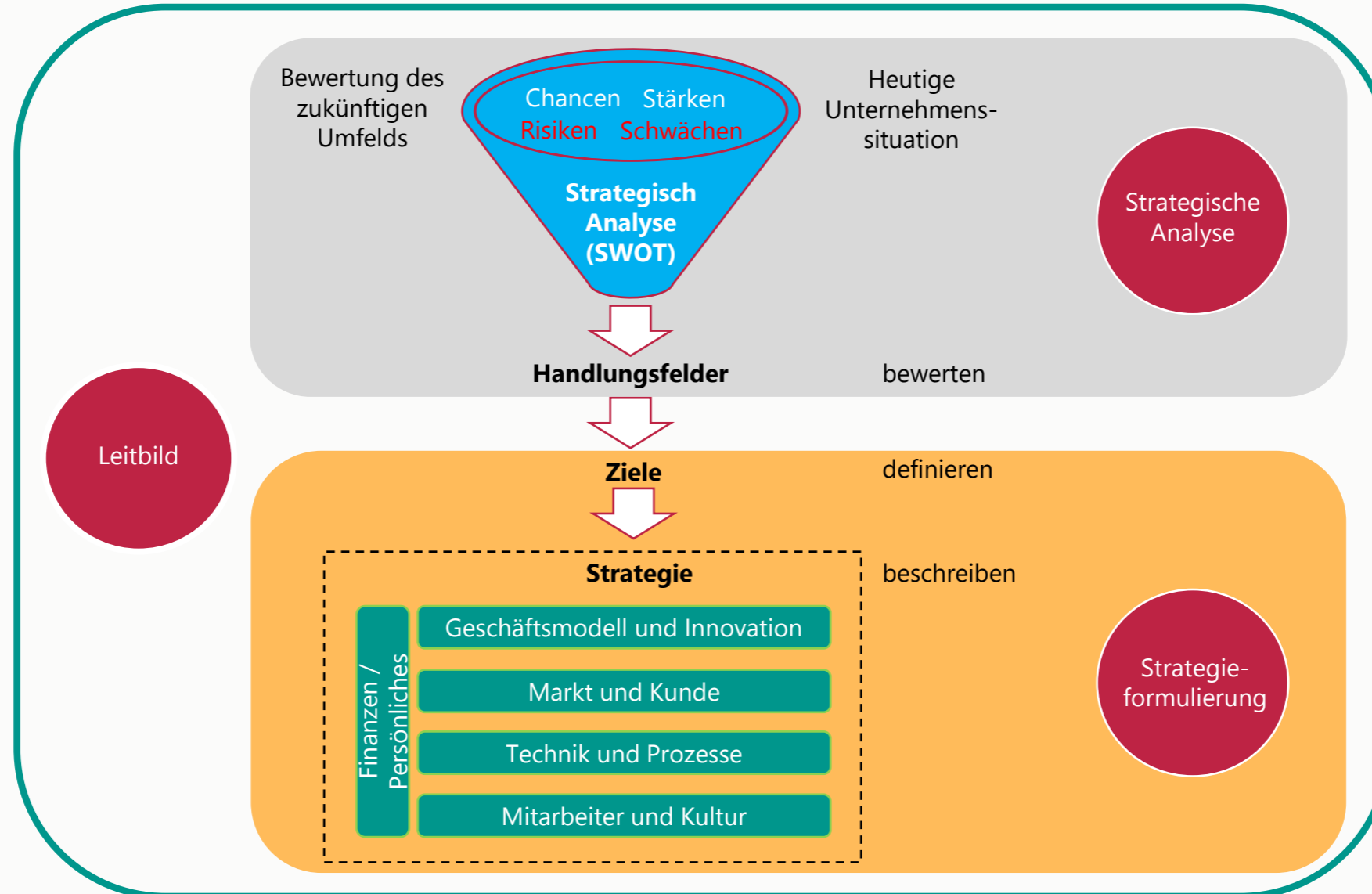
Wieviel möchte ich arbeiten? Wie soll mein Arbeitsalltag in 2028 aussehen? Wo werde ich arbeiten? Wie mache ich die Kanzlei von mir unabhängig? Und will ich das? Was macht mir Spaß (geschäftlich & privat)? Welche Träume habe ich noch (geschäftlich & privat)?

# Die richtige Vorgehensweise!

1. Analyse
2. Strategie
3. Umsetzung



# Die richtige Vorgehensweise!



# Analyse extern

# Trendthemen im Überblick

## Markt & Gesellschaft



Transformation KMU



Digitalisierung KMU



Fachkräftemangel



Arbeitswelt im Wandel



Nachhaltigkeit

## Recht & Politik



eGovernment



Berufsrecht & Deregulierung

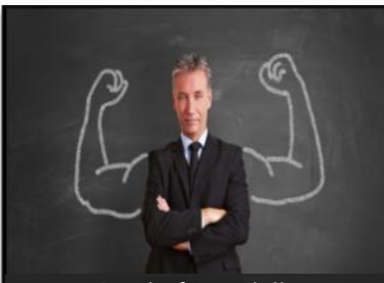


Compliance

## Berufsstand



Digitalisierung



Geschäftsmodelle der Zukunft



Future Skills

## Technologie



Wirkkräfte des Fachkräftemangels



Branchenstruktur & Entwicklung



Neue Technologien



KI & RPA



Tax & Legal Tech

# Fünf Treiber zum Gelingen einer erfolgreichen Transformation

## Die Transformation der Wirtschaft: Trends, Themen, Treiber

Fünf Faktoren bestimmen die Zukunftsfähigkeit der Unternehmen



Kann Automatisierung den Fachkräftemangel abfedern?

© industryview / iStock / Getty Images Plus

Die Wirtschaft Deutschlands steht vor einer tiefgreifenden Transformation, von der alle Branchen – wenn auch unterschiedlich stark – betroffen sein werden. Fünf "Ds" werden diese Transformation als relevante Treiber in besonderem Maße prägen: die Auswirkungen von Demografie, Digitalisierung, Dekarbonisierung, Diversifizierung und disruptiven Innovationen.

1. Demografie
2. Digitalisierung
3. Dekarbonisierung
4. Diversifizierung
5. Disruptive Innovation

**Quelle:** <https://www.dihk.de/de/aktuelles-und-presse/dihk-analyse/die-transformation-der-wirtschaft-trends-themen-treiber--104132>, 13.10.2023

# Digitale Reife bei KMUs Neue Geschäftsmodelle im Handwerk

**KOLORAT** | farben | Zubehör | reparatur | Beratung

Q farbe, farben, artikel... | A

## Halo bei Kolorat!

Entdecke die vielfältigen Farbnuancen, stöbere durch die Farbpalette und lass dich durch ausgefallene, trendsichere und klassische Farbharmonien inspirieren.

Jetzt ansehen

Ikea IVAR-Schrank lackieren, So geht's. →

### Farbe & Zubehör - Täglicher Versand direkt zu euch nach Hause!

Gemeinsam werden wir das schaffen, wenn wir uns an die Empfehlungen der Experten halten. Unsere Kolorat-Farben sowie das passende Zubehör sind für euch online verfügbar. Die Kolorat-Farben werden weiterhin täglich angemischt und direkt zu euch nach Hause gesendet. Bleibt gesund! Euer Kolorat-Team

Quelle: <https://www.kolorat.de/>

KOMPETENZZENTRUM DIGITALE HANDWERKE

Über Uns | Presse | Mediathek | Login

Erfolgsgeschichten | Themen | Veranstaltungen | Einfach machen

## Ausbaugewerbe.

- Der intelligente Tisch: IoT im Tischlerhandwerk.**
- E-CHECK IT: Der IT-Sicherheitscheck für Handwerksbetriebe.**
- Digitale Datenerfassung statt Zettelwirtschaft.**
- Datenbrillen im Bereich Service und Instandhaltung.**
- Digitales Produkterlebnis macht den Kunden zum Gestalter.**
- Nutzung der Digitalisierung zur Visualisierung von Ideen in 3D.**
- Die digitale Welt zieht ein – Elektromobilität und Smart Home.**
- Designideen und handwerkliches Können gepaart mit digitalen Maschinen.**
- Geschäftsmodelle verändern – digitale Beratung und Produktkonfiguration.**

Quelle: <https://www.handwerkdigital.de/Ausbaugewerbe>

## Keine Nachfolger in Sicht

### Tausende Mittelständler stehen vor dem Aus

28.03.2023, 12:30 Uhr



Viele Unternehmen werden dichtmachen müssen, wenn sie keine geeigneten Nachfolger finden.

(Foto: Jens Büttner/dpa-Zentralbild/dp)

Rund **560.000 mittelständische Unternehmen** peilen in den nächsten Jahren eine **Nachfolgeregelung** an. Allerdings gibt es ein Problem: Viele von ihnen finden **keinen Nachwuchs**. Weshalb Zigtausende wohl aus dem Markt ausscheiden werden.

„**Ungewollte Stilllegungen von Unternehmen** werden uns häufiger begegnen. In naher Zukunft wird es voraussichtlich jeden vierten Nachfolgewunsch treffen“, befürchtet Fritzi Köhler-Geib, Chefvolkswirtin der staatlichen Förderbank KfW. Der KfW-Umfrage zufolge streben bis zum Ende des Jahres 2026 rund 560.000 der insgesamt etwa 3,8 Millionen mittelständischen Unternehmen eine Nachfolge an. **Etwa 190.000 planen, ohne eine Nachfolgeregelung aus dem Markt auszuschneiden.**

Quelle: [Keine Nachfolger in Sicht: Tausende Mittelständler stehen vor dem Aus - n-tv.de](https://www.n-tv.de)

# Fachkräftemangel und Demografie verschärfen Druck zur Automatisierung



Holger Schäfer  
@HSchaeferIW

Der demografische Wandel beginnt in diesem Augenblick. In diesem Jahr werden über 300.000 Personen mehr in den Ruhestand gehen als in den Arbeitsmarkt eintreten. In 2029 beträgt die Lücke 670.000, summiert bis 2030 sind es 5 Millionen.

[Translate Tweet](#)

	in den Ruhestand		in den Arbeitsmarkt		Lücke (kumuliert)
	Jahrgang	Personen	Jahrgang	Personen	
2021	1956	1.076.072	2001	811.591	264.481
2022	1957	1.113.442	2002	779.039	598.884
2023	1958	1.146.667	2003	761.348	984.203
2024	1959	1.220.021	2004	760.578	1.443.646
2025	1960	1.261.935	2005	744.218	1.961.363
2026	1961	1.311.139	2006	735.170	2.537.332
2027	1962	1.336.643	2007	750.180	3.123.795
2028	1963	1.385.607	2008	755.570	3.753.832
2029	1964	1.402.572	2009	736.417	4.419.987
2030	1965	1.381.357	2010	747.750	5.053.587

Annahmen: Renteneintritt mit 65 Jahren; Erwerbseintritt mit 20 Jahren

Quelle: Statistisches Bundesamt

Quelle: <https://twitter.com/HSchaeferIW/status/1480495312431206402?s=20>

IAB-Studie

## Deutscher Arbeitsmarkt verliert bis 2035 rund sieben Millionen Menschen

Viele Beschäftigte der Baby-Boomer-Jahrgänge gehen bald in Rente. Das hat massive Folgen für den Arbeitsmarkt, warnt das Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung.

21.11.2022 - 11:25 Uhr



Die Schrumpfung ließe sich aufhalten, wenn alle Hebel in Bewegung gesetzt würden, um Ältere im Job zu halten. Foto: imago images/Westend61

Quelle: <https://www.handelsblatt.com/politik/konjunktur/iab-studie-deutscher-arbeitsmarkt-verliert-bis-2035-rund-sieben-millionen-menschen/28822072.html>

# Zur Stimmung: Zu viel Arbeit, zu wenig Personal plus gestiegene Komplexität

**RANKING**

## Die besten Steuerberater und Wirtschaftsprüfer

Das Institut SWI hat die Qualität von Wirtschaftsprüfern und Steuerberatern untersucht. Wichtig für den Erfolg ist, dass sie angesichts der immer komplizierteren Gesetzeslage den Durchblick behalten.

 Jan Wittenbrink

22.03.2022 - 18:29 Uhr • 1 Kommentar • 19 x geteilt



**Beratungsgespräch**  
Trotz zunehmender Digitalisierung setzen Steuerberater und Wirtschaftsprüfer auf persönliche Beratung.  
(Foto: dpa Picture-Alliance / zerocreatives)

## Auf einen Blick:

- **72 Prozent** der Teilnehmer gehen in 2022 durch die Umsetzung der Grundsteuerreform von einer **starken bis sehr starken Zunahme der Belastung** aus
- **92 Prozent** sehen den **Fachkräftemangel als eine große Herausforderung** an (Vorjahr 85 Prozent). Bei Kanzleien mit über 100 Mitarbeitern sind es sogar gut 97 Prozent.
- SWI-Chef Schad erwartet **im Zuge der Digitalisierung**, dass sich der Markt bei kleineren Kanzleien konsolidiert. „**Viele werden den Umstieg auf die Zukunft nicht schaffen.**“
- „Steuerberater weisen schon heute zunehmend Anfragen von **Neumandanten** ab, weil sie hierfür **keine Ressourcen** mehr haben“.
- 66 Prozent der Kanzleien sind der Ansicht, dass der rechtliche Rahmen immer komplizierter wird.
- Nur noch 25 Prozent glauben sogar, dass sie ihre Mandanten und Mandantinnen in allen Lebenslagen rechtssicher beraten können.

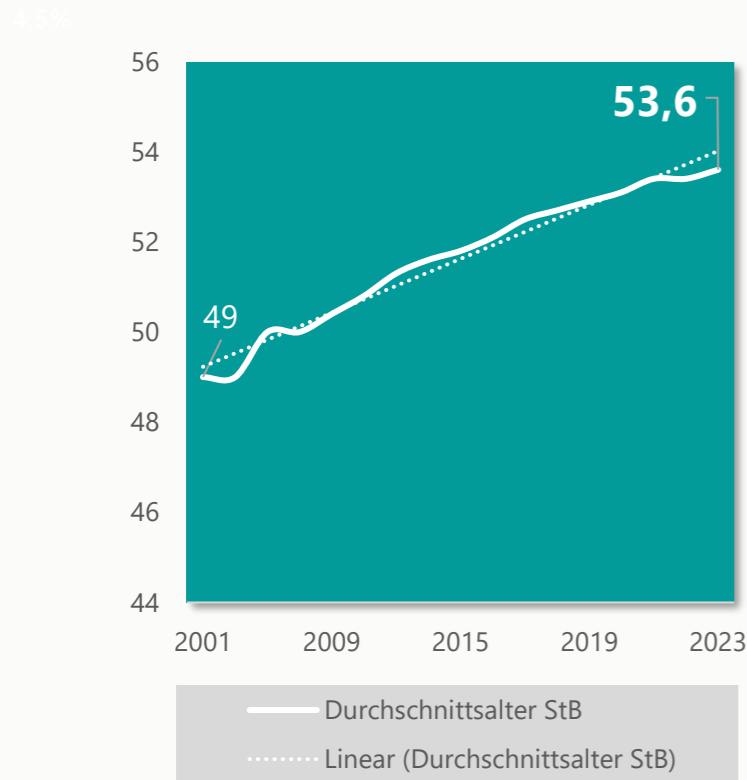
Quelle: Handelsblatt, 22.03.2022

# Branchenstruktur: Durchschnittsalter jetzt bei 53,6 Jahren – rund 27.500 Berufsträger:innen älter als 60!

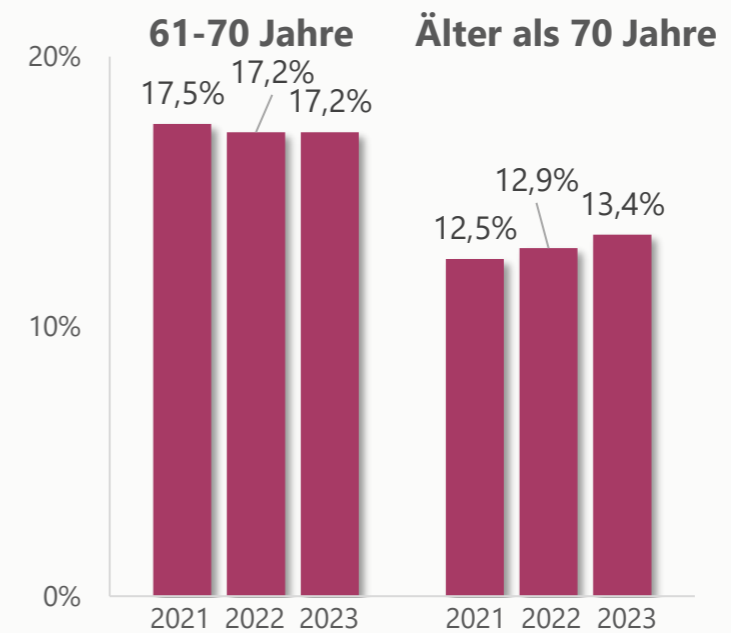
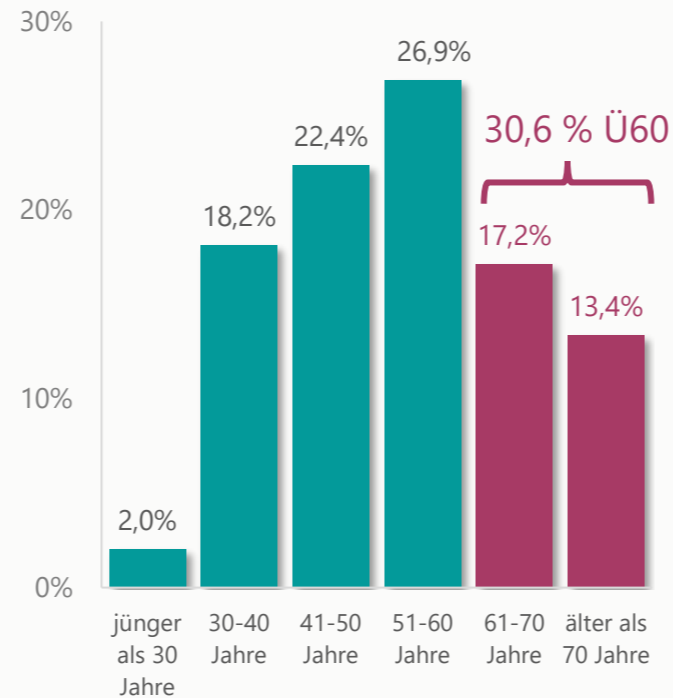
## Durchschnittsalter StB

## Altersgruppen StB

## Altersgruppe StB 2021 bis 2023 nach Altersklassen



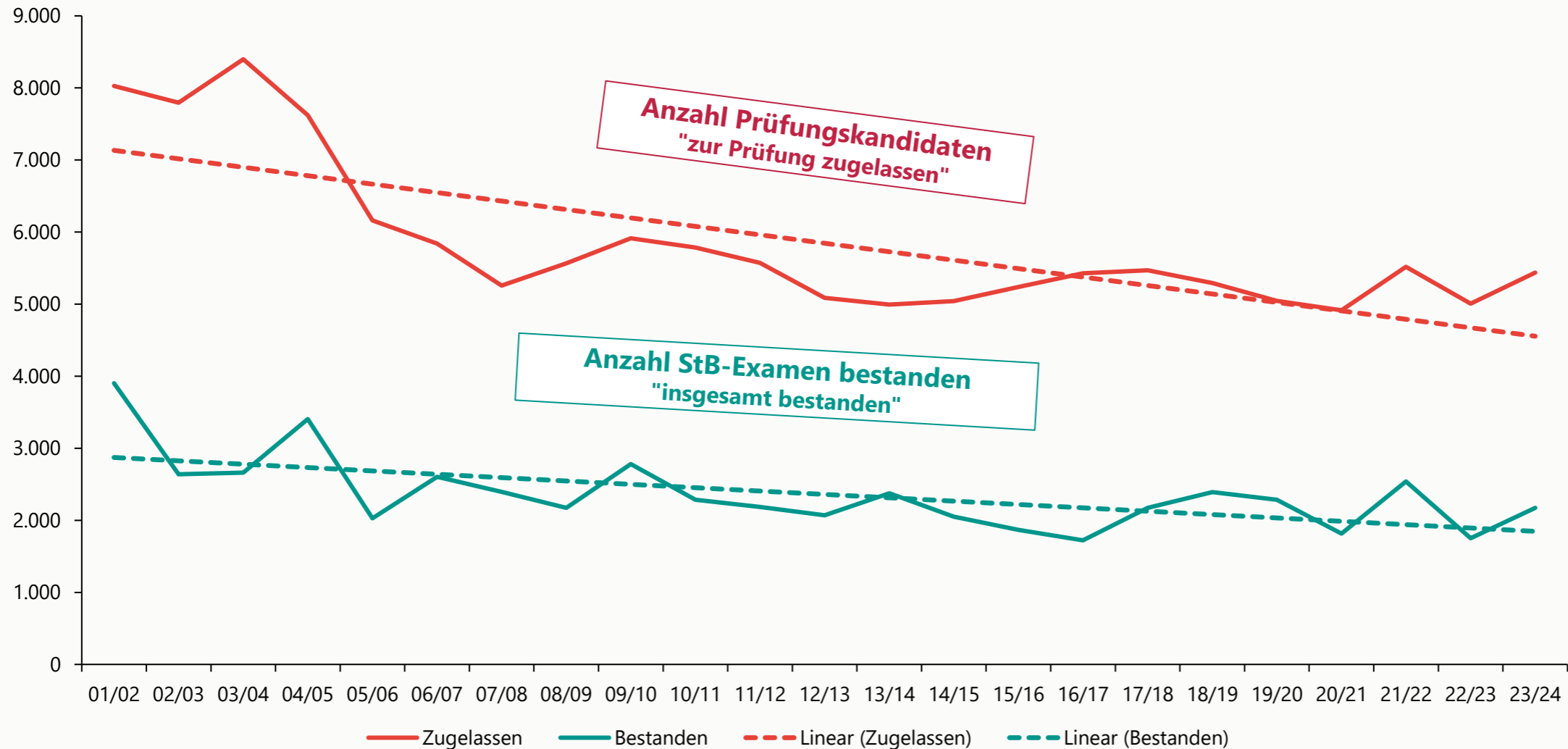
Quelle: [www.bstbk.de](http://www.bstbk.de), Berufsstatistik 2023, Stand: 01.01.2024



**Beschreibung:** Zum 1. Januar 2024 waren knapp 18 % der Steuerberater:innen, Steuerbevollmächtigten und Personen gemäß §74 Abs.2 StBerG in der BStBK zwischen 30 und 40 Jahre alt. Lediglich 2 % der Mitglieder der BStBK war jünger als 30 Jahre.

**Quellen:** BStBK, statista

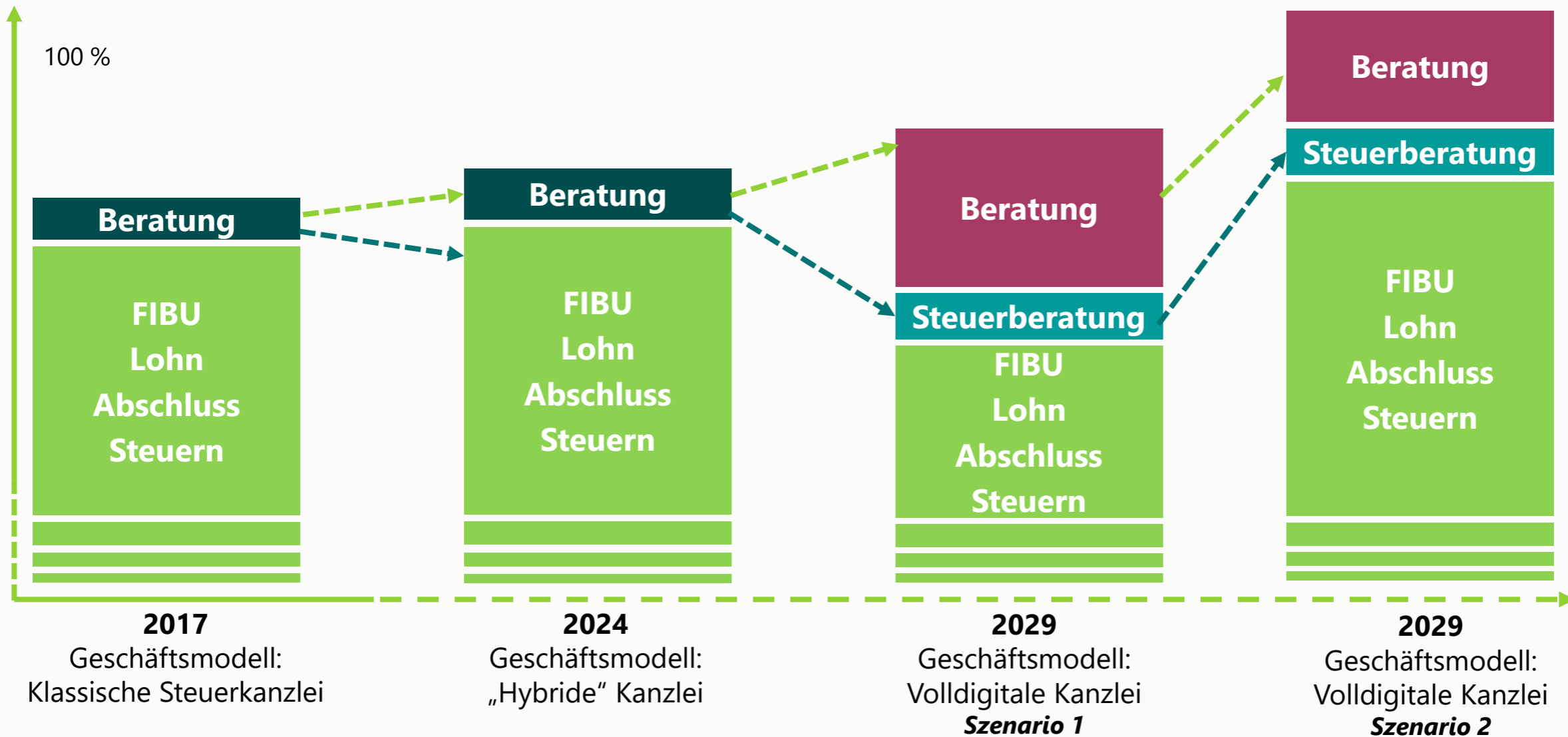
# StB-Examen 2023/2024



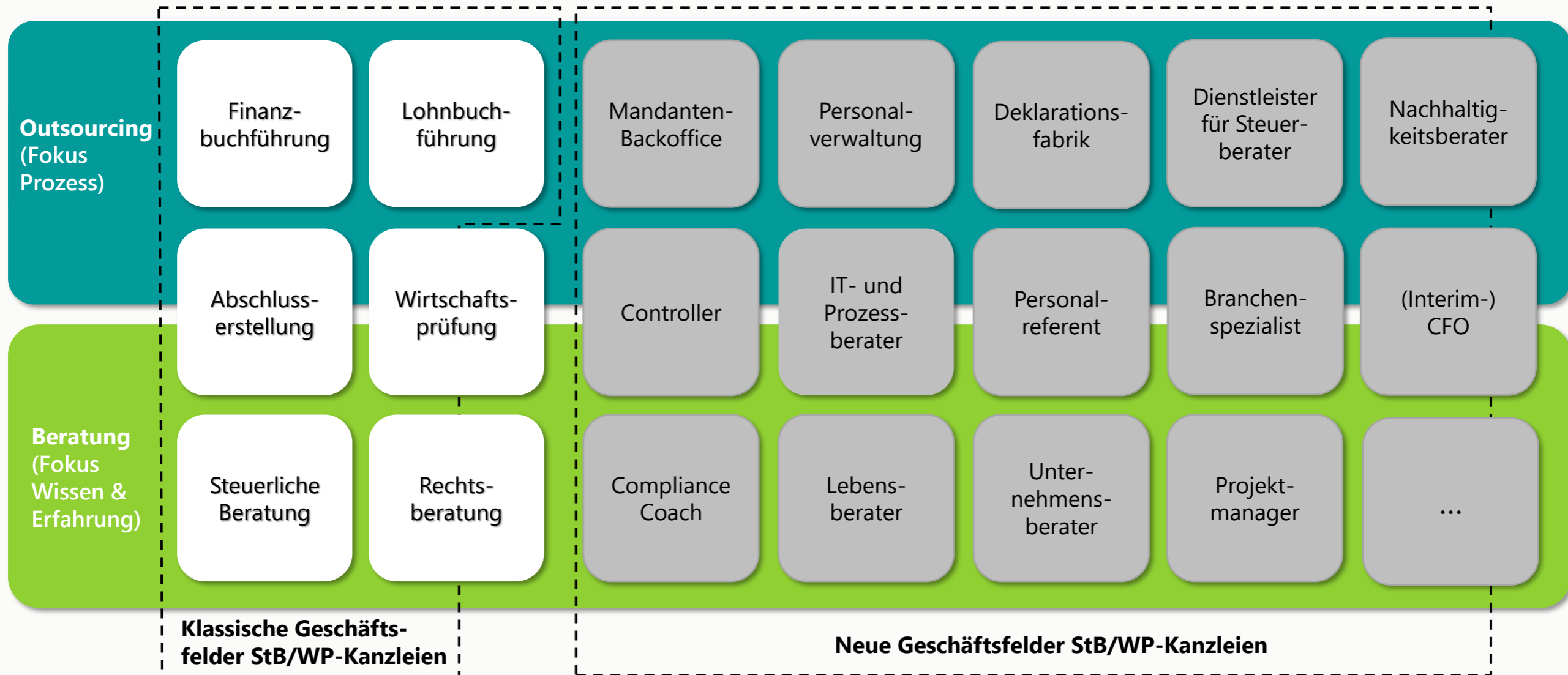
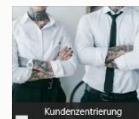
**Quelle:**

Vgl. Statistik zu den Ergebnissen der Steuerberaterprüfung 2023/2024, [Ergebnisse Steuerberaterprüfung 2023/2024 - Steuerrechts-Institut KNOLL \(knoll-steuer.com\)](https://www.knoll-steuer.com/Ergebnisse-Steuerberaterpruefung-2023-2024)

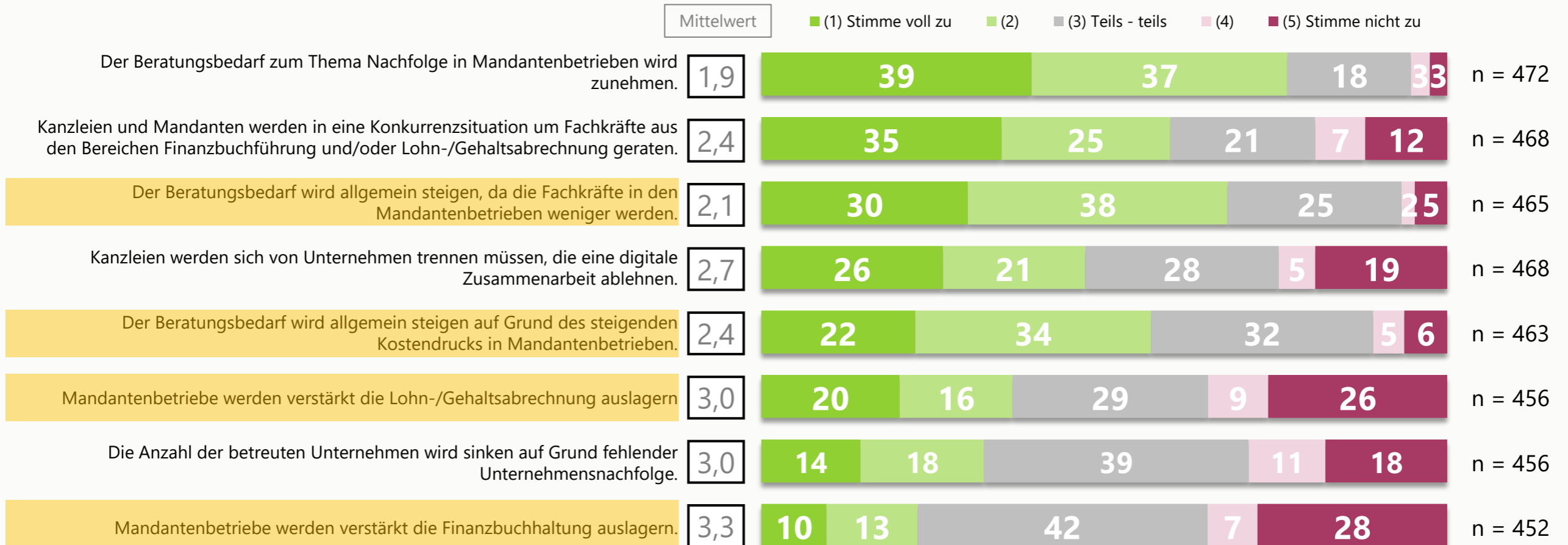
# Digitalisierung, KI & E-Rechnung ... Treiber für die zukünftigen Geschäftsmodelle von Kanzleien



# Geschäftsmodelle auf Basis von Mandantenwünschen



# Fachkräftemangel könnte Outsourcing an Kanzleien forcieren



BASIS: Alle Befragten | Alle Angaben in % | Frage: Bitte denken Sie nun allgemein an Ihre Unternehmensmandate und werfen Sie unter Berücksichtigung des demografischen Wandels einen Blick auf die nächsten 2 bis 3 Jahre. Wie sehr stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

# Wie man mit Steuer-Know-how heute Geld verdient...



Quelle: brandeins, März 2022



[@steuerfabi](https://www.tiktok.com/@steuerfabi)

Follower auf Tiktok: 592 300

Likes: 6,5 Millionen

Follower auf Instagram:  
208 000

Umsatz 480 000 pro Jahr  
(geschätzt)

# Freemium-Geschäftsmodelle in der Beratungsbranche

Ca. 846.000\*  
Abonnenten



Quelle: <https://www.youtube.com/channel/UCCwCa-faBqCY-zJ4PS1ICHA>

Ca. 71.200\*  
Abonnenten



Quelle: <https://www.youtube.com/channel/UCCwCa-faBqCY-zJ4PS1ICHA>

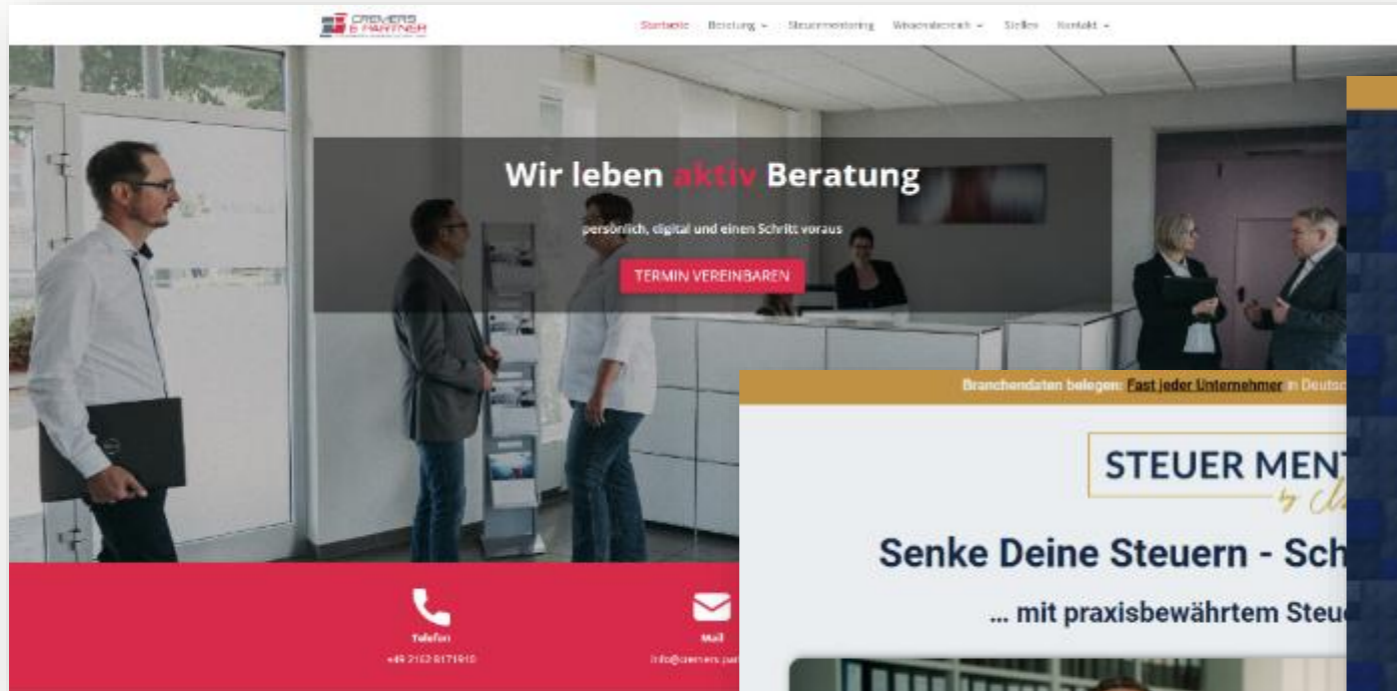
Ca. 74.200\*  
Abonnenten



Quelle: [https://www.youtube.com/channel/UCRXSpj8K\\_LKN4eVaXFJkmg](https://www.youtube.com/channel/UCRXSpj8K_LKN4eVaXFJkmg)

\*) Stand 19.04.2022

# Steuerexpertenwissen skalieren Mit einer Masterclass von 1:1 zu 1:n

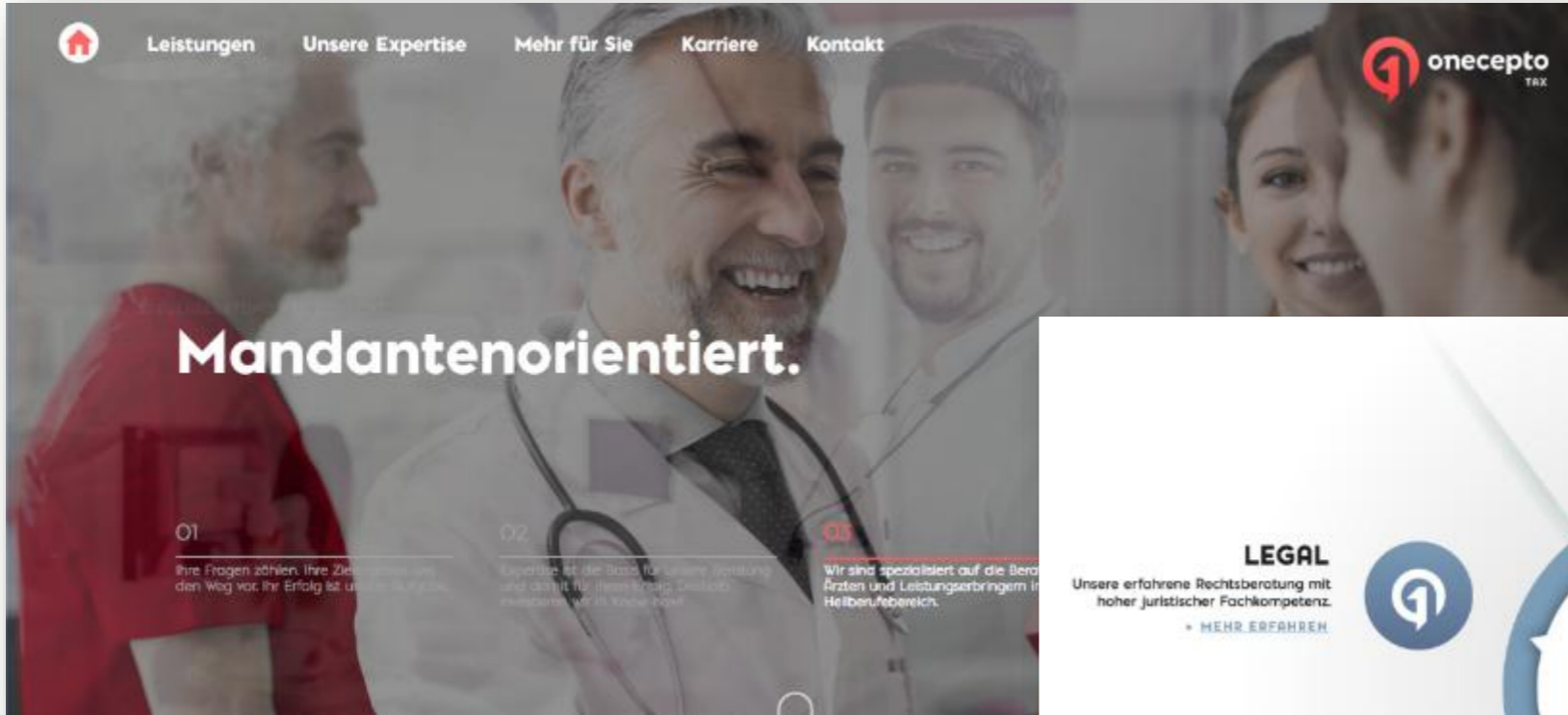


Quelle: <https://www.cremers-partner.de/>



Quelle: <https://steuermentoring.de/>

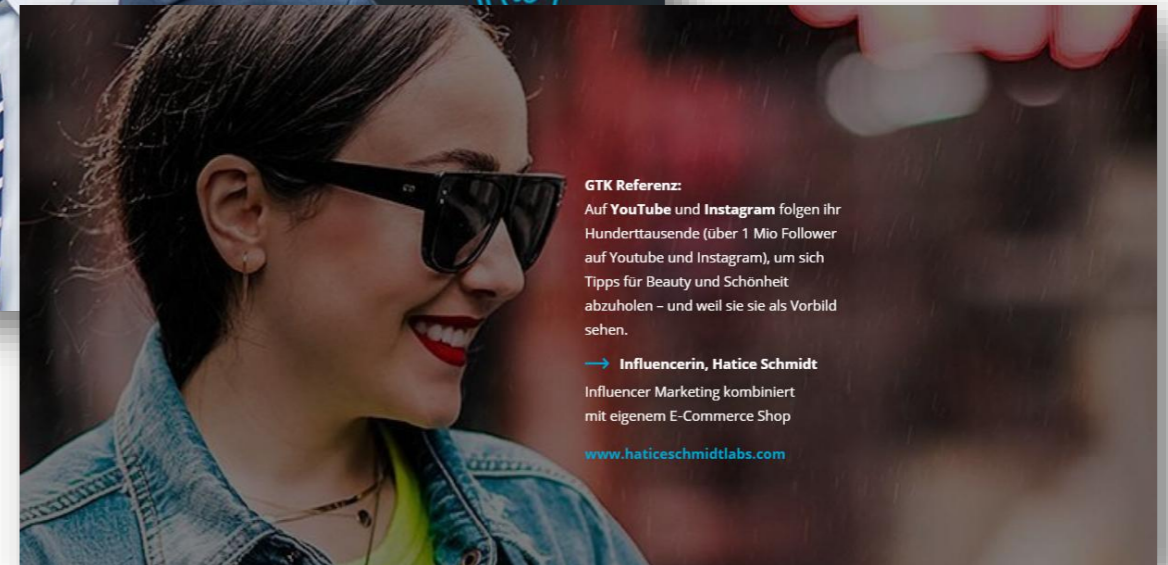
# Full-Service-Strategie: onecepto



Quelle: <https://oneceptotax.de/>



# Spezialisierungsstrategie e-Commerce GTK Kröger Steuerberater PartGmbB



Quelle: <http://www.kroeger-steuerberater.de/e-commerce-onlinehandel.html>

# Von der Lösungs- zur Kundenzentrierung!

## Nicht vergessen: Der Weg zum Erfolg beginnt bei den Kundenbedürfnissen

KEYNOTE

### Innovate or die: Wer seine Zukunft nicht aktiv gestaltet, wird keine Zukunft haben!

- > Wie haben Sie immer die richtigen Antworten auf sich verändernde Marktgegebenheiten?
- > Wie entwickeln Sie schnell und zielsicher Ihre Geschäftsmodelle der Zukunft?
- > Wie finden Sie aus unterschiedlichen Optionen die richtige Option für Ihre Kanzlei?



▶ **Stephan Wegerer**  
 Entrepreneur, Innovator,  
 Zukunftsgestalter für Unternehmen

### DER WEG ZUM ERFOLGREICHEN UNTERNEHMEN



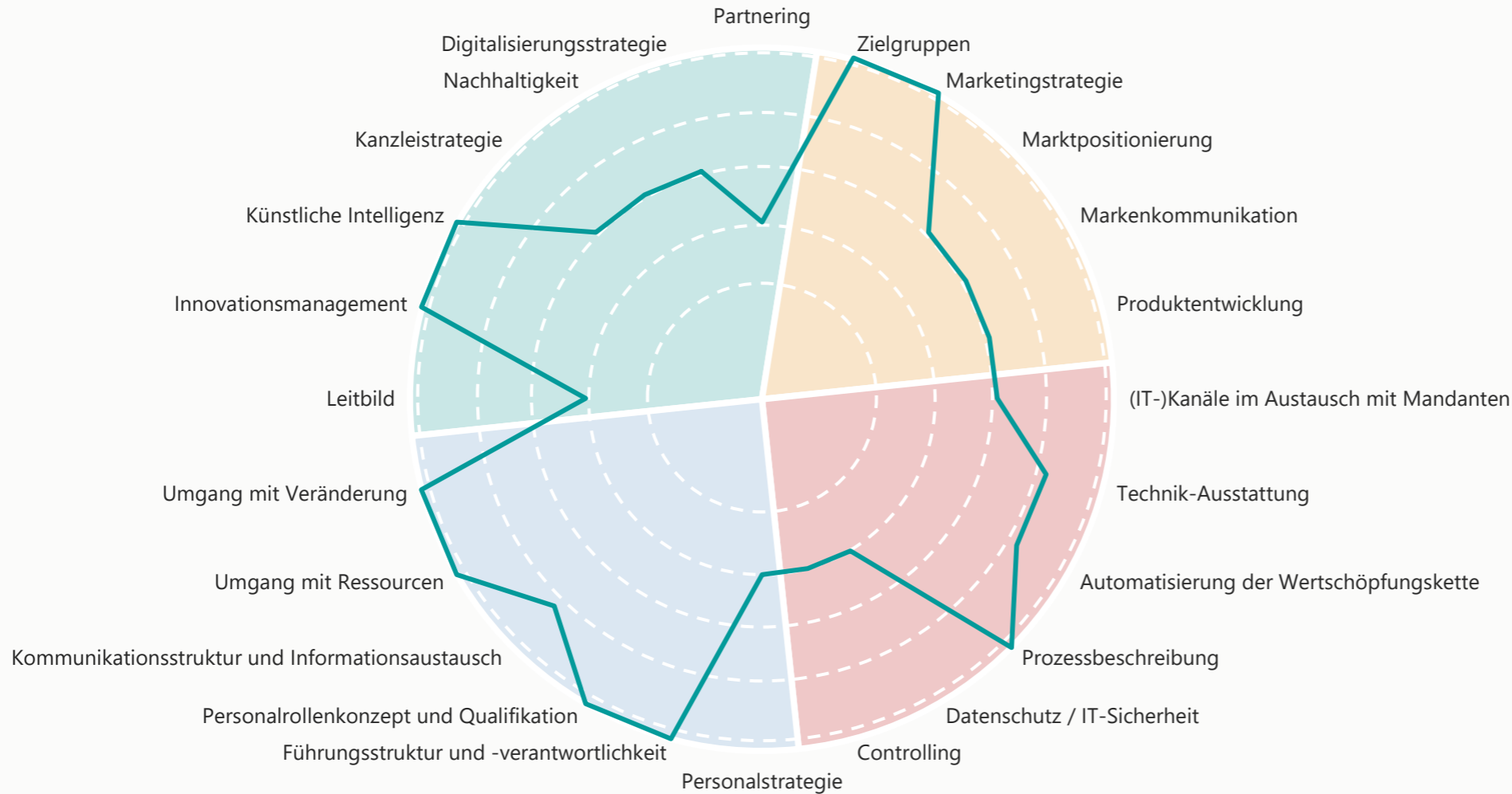
boost  
 business innovation

8

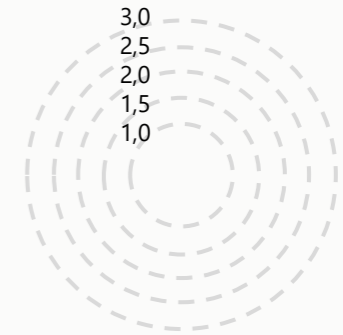
Quelle: NWB Steuerberater-Forum 2020, KEYNOTE: Innovate or die: Wer seine Zukunft nicht aktiv gestaltet, wird keine Zukunft haben

# Analyse intern

# DATEV ReifegradCheck - Muster



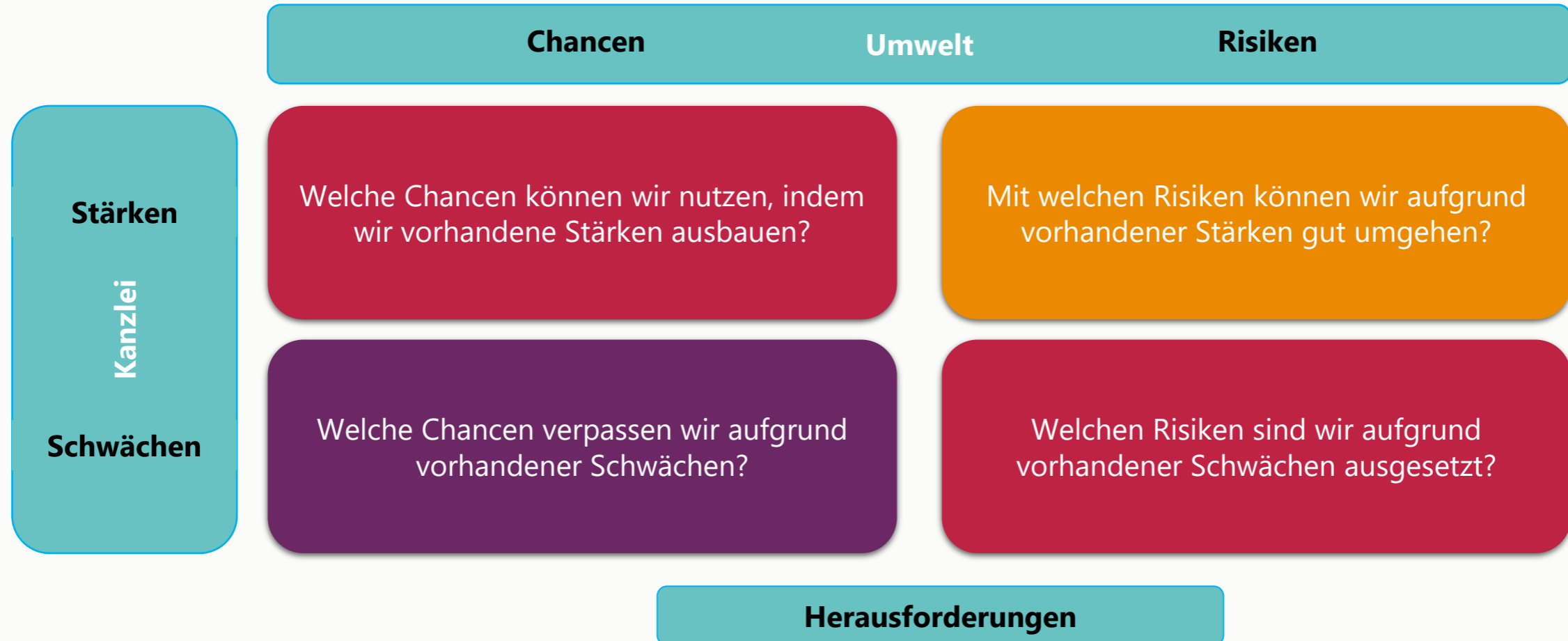
## Legende



— Total

-  Strategie und Innovation
-  Kunde und Markt
-  Technologie und Prozesse
-  Mitarbeitende und Kultur

# SWOT-Analyse als Ausgangspunkt der Strategie





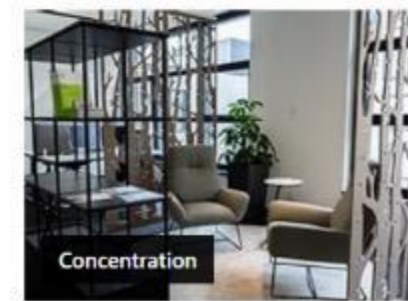
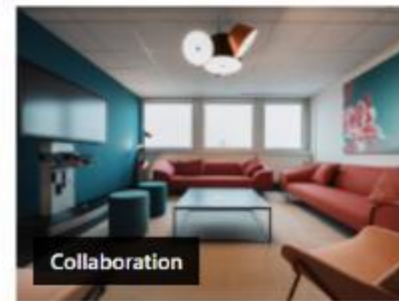
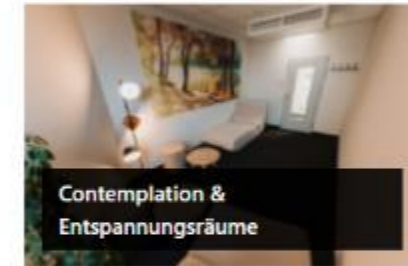
# Impuls 2030 Personal & Arbeit

## Mögliche Fragestellungen:

Wie wollen wir zukünftig arbeiten? Was machen wir, wenn alles auf „Knopfdruck“ funktioniert?  
Welche Kompetenzen und Berufsbilder brauchen wir zukünftig?

# New Work gleich New Office – Neue Bürokonzepte (Multispace) auch in Kanzleien

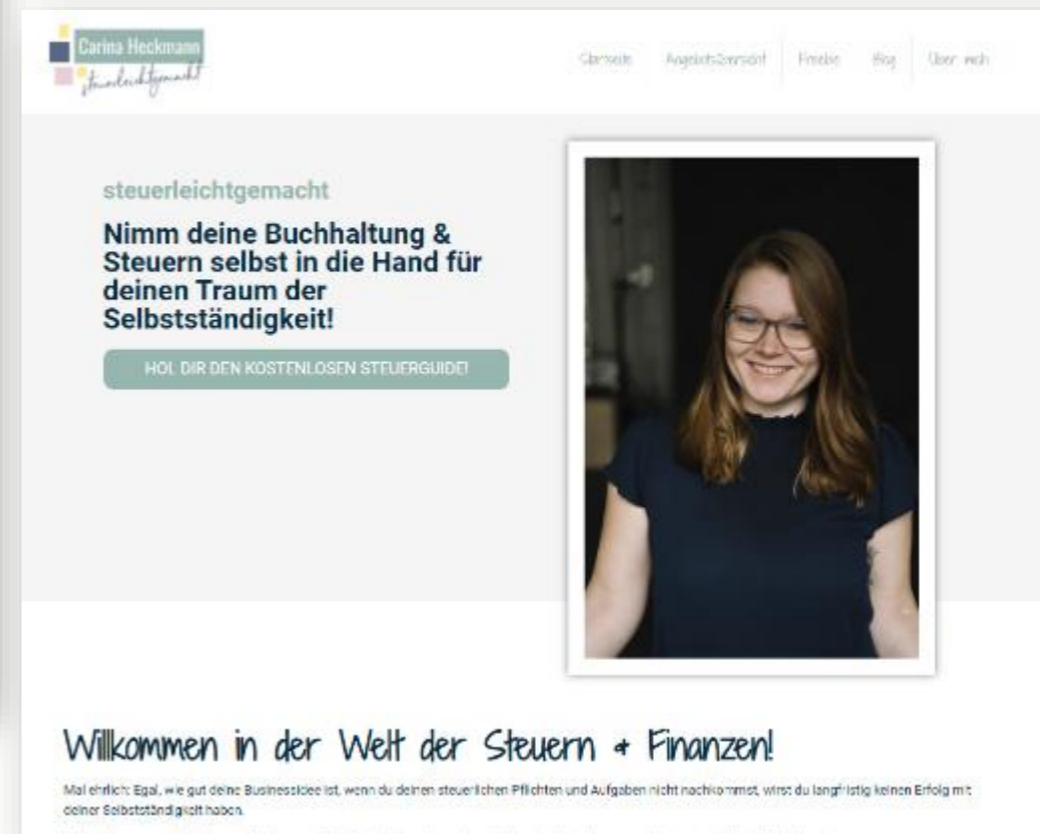
Beispiele außerhalb der Kanzleiwelt



# Kanzleien als „remote company“



Quelle <https://stb-goellner.de/>



Quelle: <https://steuerleichtgemacht.de/>

# Attraktive Arbeitszeitmodelle

## Lasse Rheingans – *der* Impulsgeber für den 5-Stunden-Tag

25-Stunden-Woche

### "Wollt ihr weniger arbeiten und genauso viel verdienen?"

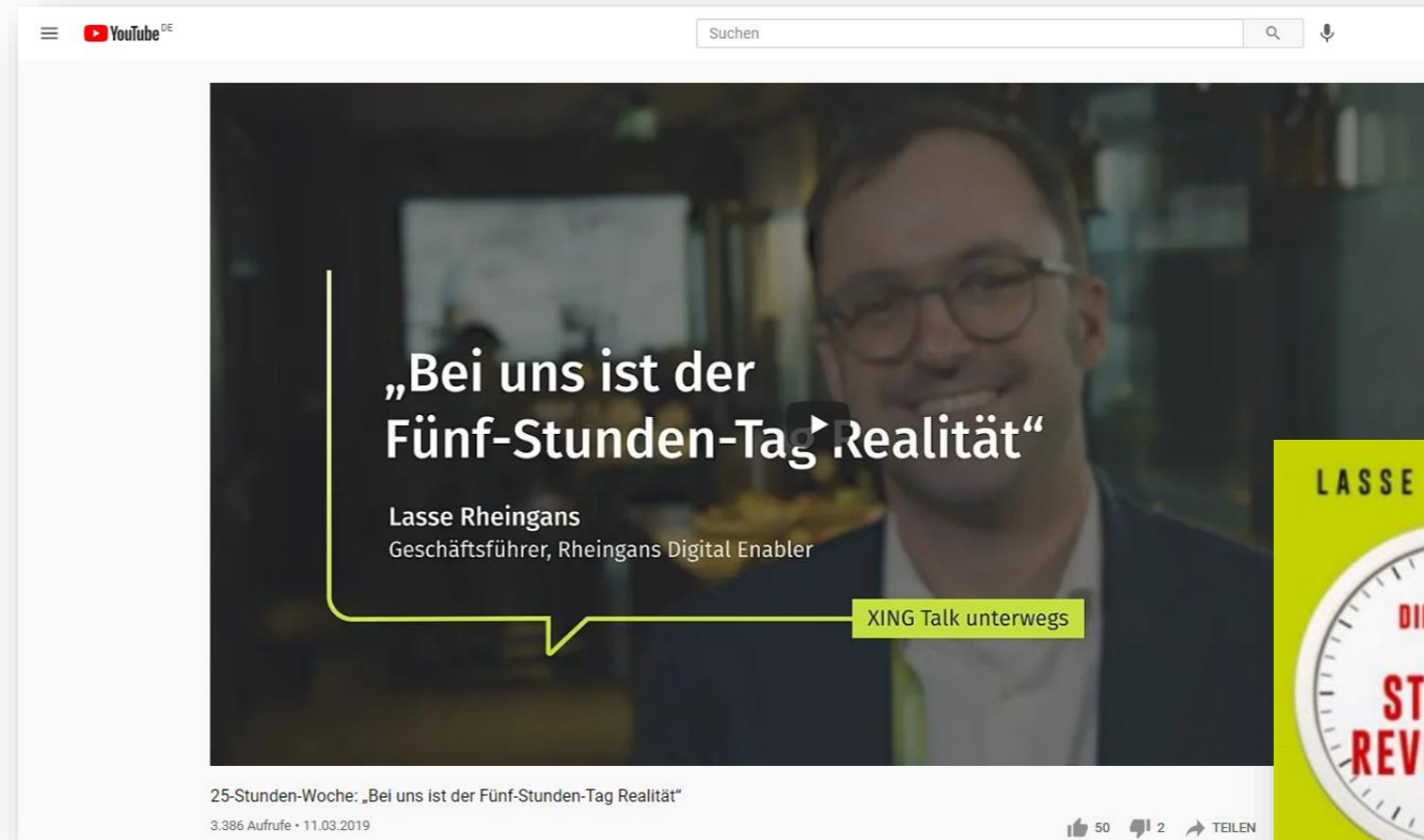
Das fragte der Unternehmer Lasse Rheingans seine Mitarbeiter. Seitdem arbeiten sie fünf Stunden am Tag. Aber lohnt sich das auch?



Von Luisa Jacobs, 10. April 2018, 10:42 Uhr / ZEIT Spezial Nr. 1/2018, 10. April 2018 / 389 Kommentare / 



Alle Mitarbeiter schon im Feierabend? © Annie Spratt/unsplash.com

Quelle: <https://www.zeit.de/zeit-spezial/2018/01/25-stunden-woche-lasse-rheingans-agentur-bielefeld>






Suchen  

### „Bei uns ist der Fünf-Stunden-Tag Realität“

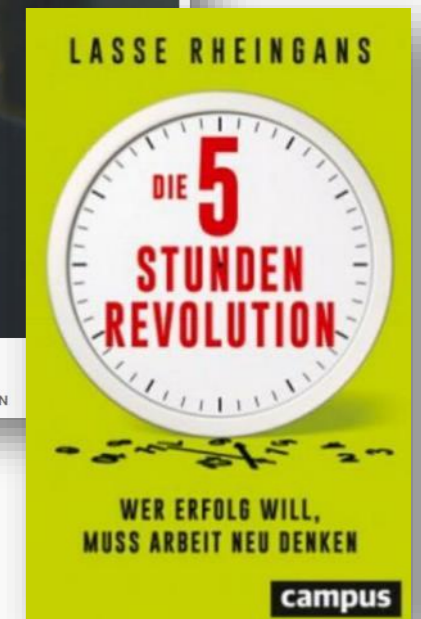
Lasse Rheingans  
Geschäftsführer, Rheingans Digital Enabler

XING Talk unterwegs

25-Stunden-Woche: „Bei uns ist der Fünf-Stunden-Tag Realität“  
3.386 Aufrufe • 11.03.2019

 50  2  TEILEN

Quelle: <https://www.youtube.com/watch?v=2AetrCfyzuM>



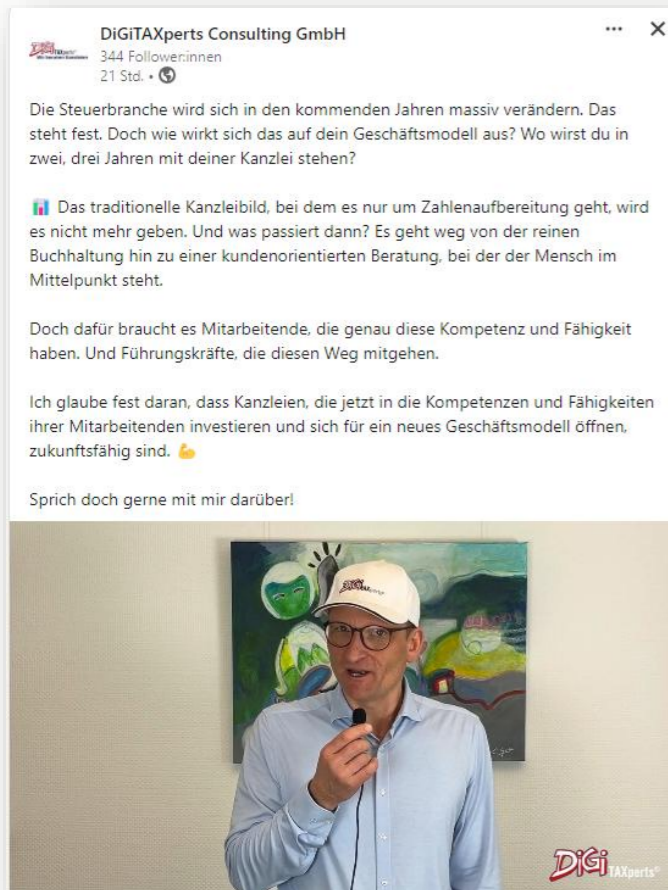
# Nachhaltigkeit als Element der Kanzleistrategie und -kultur



Quelle: <https://schwienbacher-gruppe.com/>



# Traditionelle Tätigkeitsfelder werden wegfallen und erfordern neue Skills

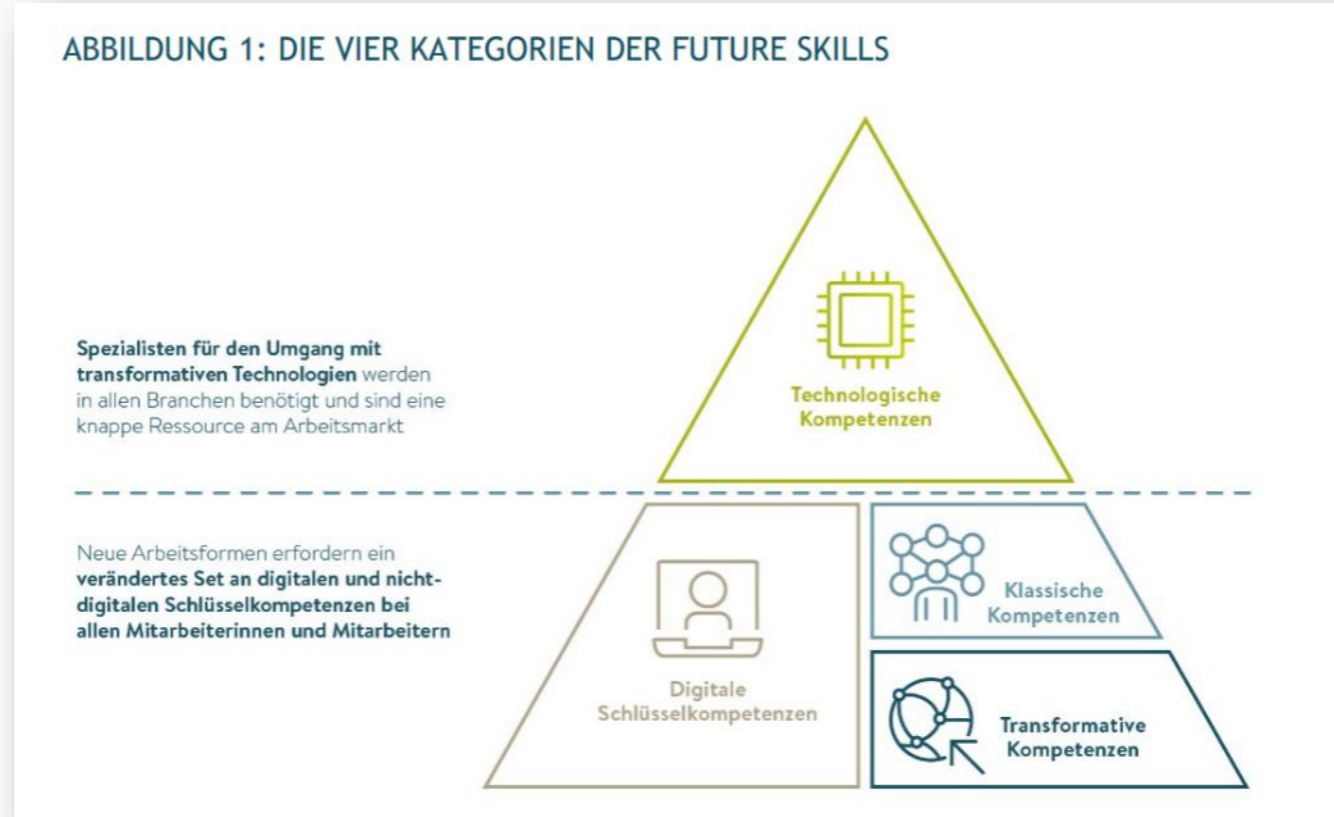
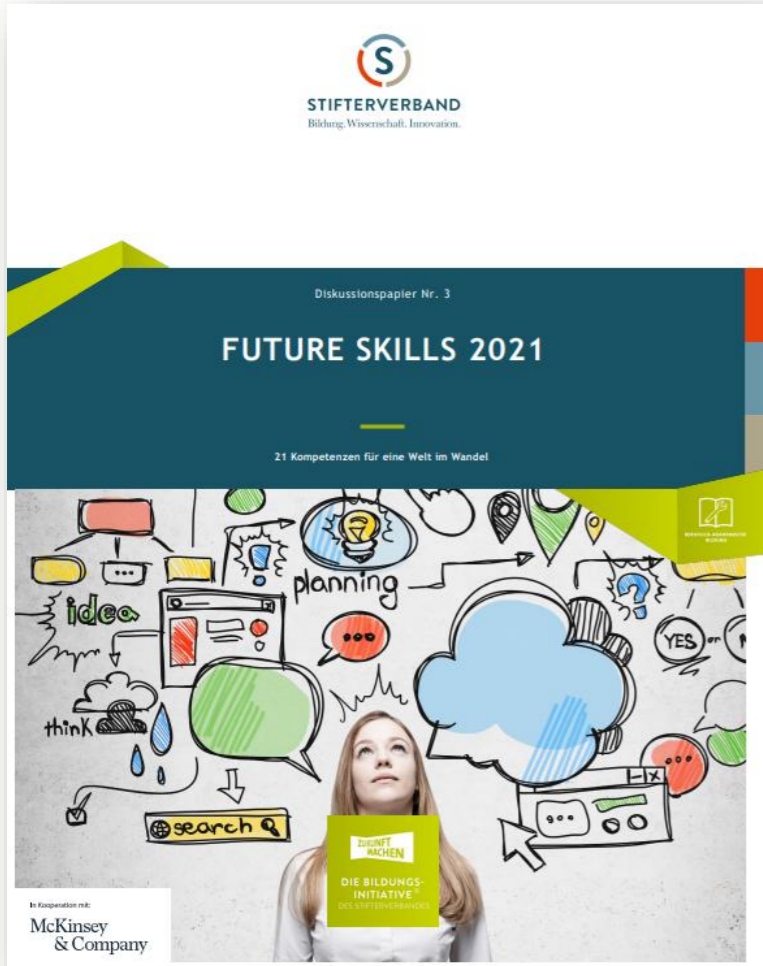


- Martin Grau sieht die Weiterentwicklung des Geschäftsmodells **weg von der reinen Buchhaltung hin zu einer kundenorientierten Beratung** („der Mensch im Mittelpunkt“)
- Damit dies gelingt „braucht es **Mitarbeitende, die genau diese Kompetenz und Fähigkeit haben. Und Führungskräfte, die diesen Weg mitgehen.**“
- **Kanzleien machen sich zukunftsfähig**, wenn sie „**in die Kompetenzen und Fähigkeiten ihrer Mitarbeitenden investieren** und sich für ein neues Geschäftsmodell öffnen“

Quelle: [https://www.linkedin.com/posts/digitaxperts-consulting-gmbh\\_steuerberatung-was-mich-in-dieser-branche-activity-7188511916334481408-e46u?utm\\_source=share&utm\\_medium=member\\_desktop](https://www.linkedin.com/posts/digitaxperts-consulting-gmbh_steuerberatung-was-mich-in-dieser-branche-activity-7188511916334481408-e46u?utm_source=share&utm_medium=member_desktop)



# Die „Skills“ der Zukunft im Überblick



Quelle: <https://www.stifterverband.org/medien/future-skills-2021>

# Die Kompetenzfelder der „Future skills“ - Digitale Grundkompetenzen



- Informationen digital suchen, filtern, beurteilen, speichern und abrufen
- Interagieren und Zusammenarbeiten über digitale Kommunikationskanäle
- Erstellen und Teilen von digitalen Informationen
- Sinnvolle und gesunde Nutzung digitaler Technologien

# Die Kompetenzfelder der „Future skills“ - Digitale Fachkompetenzen



- Digital Leadership
- Change-Management
- Digital Learning
- Digitale Kommunikation
- Cybersecurity

# Die Kompetenzfelder der „Future skills“ - Nicht-digitale Kompetenzen

- Selbstorganisation
- Selbstreflexion
- Selbststeuerung
- Selbstdisziplin

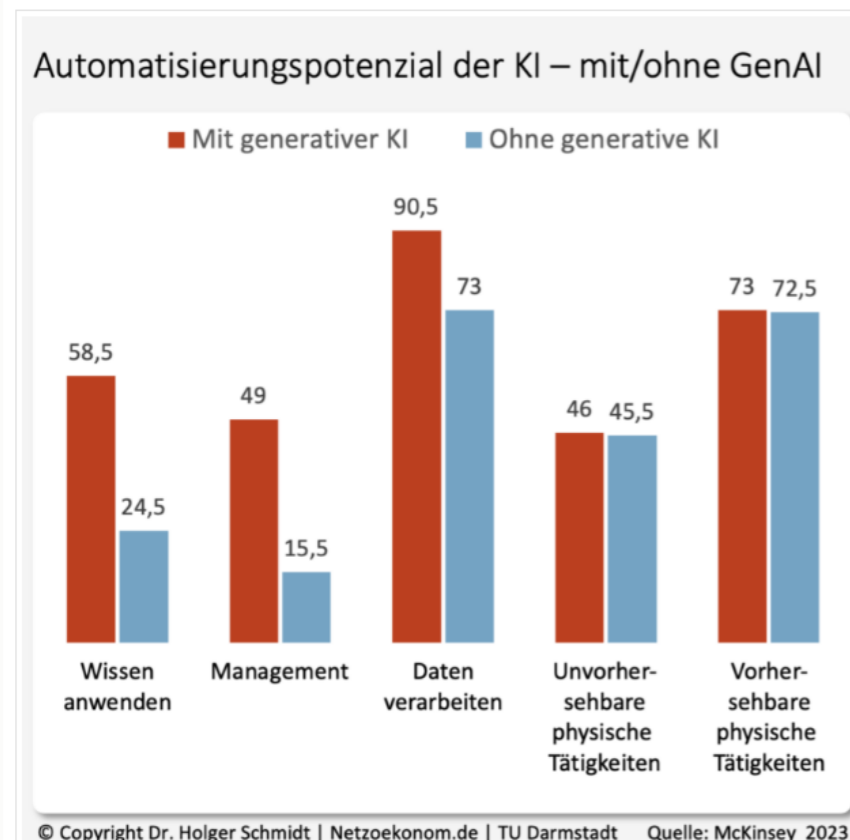


# Die Kompetenzfelder der „Future skills“ - Tech-Kompetenzen

- Berücksichtigung der User Experience (UX)
- Umgang mit künstlicher Intelligenz
- Kenntnisse zu Blockchain



# KI verändert die Arbeitswelt - ChatGPT erhöht Produktivität der Wissensarbeiter um 35 Prozent



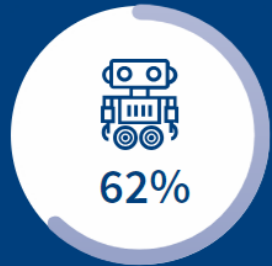
Quelle: <https://www.netzoekonom.de/2023/07/28/generative-ki-kann-produktivitaetsbooster-werden/>, 28.07.2023

- Das MIT hat in einer ersten Studie den Produktivitätseffekt von ChatGPT gemessen.
- 450 Akademikern (Marketeers, Personaler, Berater, Datenanalysten, Manager) wurden berufsspezifische Aufgaben gegeben, die einmal ohne und einmal mit Zugriff auf ChatGPT erledigt werden konnten.
- ✓ Die Ergebnisse **zeigten eine höhere Produktivität** – die Probanden erledigten ihre Aufgabe im Durchlauf mit ChatGPT im Durchschnitt 35 Prozent schneller als ohne Zugriff auf die KI.
- ✓ **Arbeitszufriedenheit nahm zu**, da schnell und einfach gute Ergebnisse erzielt wurden
- ✓ Jedoch gibt es **zunehmende Ängste, dass die KI den eigenen Job ersetzt**.

Quelle: <https://www.netzoekonom.de/>, 08.03.2023

# Automatisierungsmöglichkeiten in der Steuerberaterbranche

## Automatisierbarkeit im Beruf Steuerberater/in



8 der 13 Kerntätigkeiten in diesem Beruf sind – Stand heute – automatisierbar.

Das kann ein Vorteil sein, zum Beispiel, wenn Roboter Ihnen schwere oder monotone Arbeit abnehmen.

Ob Ihr (Wunsch-)Beruf tatsächlich automatisiert wird, ist damit nicht gesagt. Menschliche Arbeit kann zum Beispiel flexibler, wirtschaftlicher oder von besserer Qualität sein.

Neue Technologien in Ihrem (Wunsch-)Beruf

Dieser Beruf gehört zur Berufegruppe „Experten in der Steuerberatung“

Beschäftigte:	25.148	+38,8% seit 2012	➤
offene Stellen:	567	+171,3% seit 2012	▲
Arbeitslose:	247	-27,4% seit 2012	▲
Entgelt:	6.688€ brutto		

Stand: 31.12.2022

## Automatisierbarkeit im Beruf Steuerfachangestellte/r



Alle 12 Kerntätigkeiten in diesem Beruf sind – Stand heute – automatisierbar.

ABER: Oft entstehen durch den Einsatz digitaler Technologien auch neue Chancen. Tätigkeitsprofile wandeln sich, nur sehr selten verschwinden Berufe völlig.

Ob Ihr (Wunsch-)Beruf tatsächlich automatisiert wird, ist damit nicht gesagt. Menschliche Arbeit kann zum Beispiel flexibler, wirtschaftlicher oder von besserer Qualität sein.

Neue Technologien in Ihrem (Wunsch-)Beruf

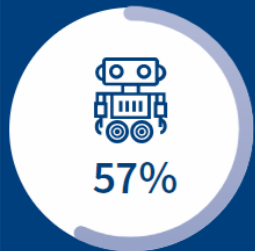
Dieser Beruf gehört zur Berufegruppe „Fachkräfte in der Steuerberatung“

Beschäftigte:	138.248	+13,4% seit 2012	➤
offene Stellen:	4.952	+118,8% seit 2012	▲
Arbeitslose:	1.586	-27,1% seit 2012	▲
Entgelt:	3.112€ brutto +35,9% seit 2012		

Stand: 31.12.2022

# Automatisierungsmöglichkeiten in der Wirtschaftsprüferbranche

## Automatisierbarkeit im Beruf Wirtschaftsprüfer/in



8 der 14 **Kerntätigkeiten** in diesem Beruf sind – Stand heute – automatisierbar.

Das kann ein Vorteil sein, zum Beispiel, wenn Roboter Ihnen schwere oder monotone Arbeit abnehmen.

Ob Ihr (Wunsch-)Beruf tatsächlich automatisiert wird, ist damit nicht gesagt. Menschliche Arbeit kann zum Beispiel flexibler, wirtschaftlicher oder von besserer Qualität sein.

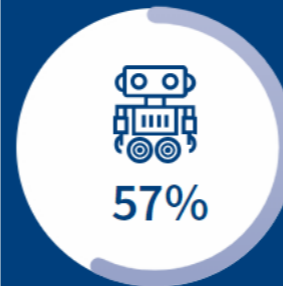
[Neue Technologien in Ihrem \(Wunsch-\)Beruf](#)

Dieser Beruf gehört zur Berufegruppe „Experten in Wirtschaftsprüfung“

Beschäftigte:	20.883	+24,1% seit 2012	▼
offene Stellen:	79	+125,7% seit 2012	▲
Arbeitslose:	209	+3,5% seit 2012	▶
Entgelt:	> 6.750€		

Stand: 31.12.2022

## Automatisierbarkeit im Beruf Assistent/in - Wirtschaftsprüfung



8 der 14 **Kerntätigkeiten** in diesem Beruf sind – Stand heute – automatisierbar.

Das kann ein Vorteil sein, zum Beispiel, wenn Roboter Ihnen schwere oder monotone Arbeit abnehmen.

Ob Ihr (Wunsch-)Beruf tatsächlich automatisiert wird, ist damit nicht gesagt. Menschliche Arbeit kann zum Beispiel flexibler, wirtschaftlicher oder von besserer Qualität sein.


Dieser Beruf gehört zur Berufegruppe „Spezialisten in Wirtschaftsprüfung“

Beschäftigte:	13.311	+23,7% seit 2012	▼
offene Stellen:	27		
Arbeitslose:	38		
Entgelt:	4.401€ brutto	+18,6% seit 2012	▶

Stand: 31.12.2022

# Automatisierungsmöglichkeiten in der Rechtsanwaltsbranche

## Automatisierbarkeit im Beruf Rechtsanwalt/Rechtsanwältin



33%

**1 der 3 Kerntätigkeiten** in diesem Beruf ist – Stand heute – automatisierbar.

Das kann ein Vorteil sein, zum Beispiel, wenn Roboter Ihnen schwere oder monotone Arbeit abnehmen.

Ob Ihr (Wunsch-)Beruf tatsächlich automatisiert wird, ist damit nicht gesagt. Menschliche Arbeit kann zum Beispiel flexibler, wirtschaftlicher oder von besserer Qualität sein.


Neue Technologien in Ihrem (Wunsch-)Beruf

Dieser Beruf gehört zur Berufegruppe „Rechtsanwälte/-anwältinnen“

Beschäftigte:	39.478	+38,7% seit 2012	▲
offene Stellen:	551	+139,6% seit 2012	▲
Arbeitslose:	1.191	+24,3% seit 2012	▲
Entgelt:	> 6.750€		

Stand: 31.12.2022

## Automatisierbarkeit im Beruf Rechtsanwaltsfachangestellte/r



100%

**Alle 8 Kerntätigkeiten** in diesem Beruf sind – Stand heute – automatisierbar.

ABER: Oft entstehen durch den Einsatz digitaler Technologien auch neue Chancen. Tätigkeitsprofile wandeln sich, nur sehr selten verschwinden Berufe völlig.

Ob Ihr (Wunsch-)Beruf tatsächlich automatisiert wird, ist damit nicht gesagt. Menschliche Arbeit kann zum Beispiel flexibler, wirtschaftlicher oder von besserer Qualität sein.

Neue Technologien in Ihrem (Wunsch-)Beruf

Dieser Beruf gehört zur Berufegruppe „Fachkräfte in Rechtsanwaltskanzlei und Notariat“

Beschäftigte:	87.353	-0,6% seit 2012	▶
offene Stellen:	2.742	+82,8% seit 2012	▲
Arbeitslose:	1.958	-50% seit 2012	▲
Entgelt:	2.932€ brutto	+43,8% seit 2012	▲

Stand: 31.12.2022

# Strategie

# Gedanken zur Strategie

*„Wenn Sie keine Strategie haben, sind Sie Teil der Strategie eines anderen.“*

*(Alvin Toffler, amerikanischer Zukunftsforscher und Schriftsteller)*



# Die unternehmerischen Handlungsfelder

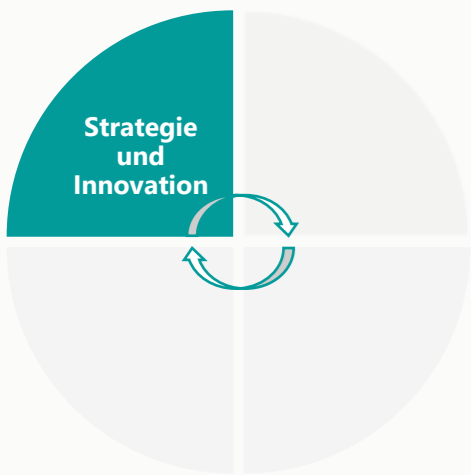
- Leitbild
- Innovationsmanagement
- Künstliche Intelligenz
- Kanzleistrategie
- Nachhaltigkeit
- Digitalisierungsstrategie
- Partnering

- Personalstrategie
- Führungsstruktur und –verantwortlichkeit
- Personalrollenkonzept und Qualifikation
- Kommunikationsstruktur und Informationsaustausch
- Umgang mit Ressourcen
- Umgang mit Veränderung



- Zielgruppe
- Marketingstrategie
- Marktpositionierung
- Markenkommunikation
- Produktentwicklung

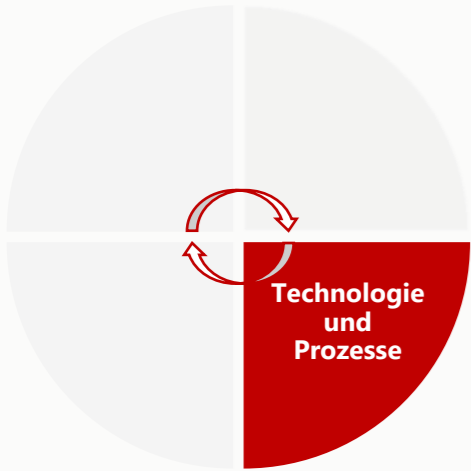
- (IT-)Kanäle im Austausch mit dem Mandanten
- Technik-Ausstattung
- Automatisierung der Wertschöpfungskette
- Prozessbeschreibung
- Datenschutz / IT-Sicherheit
- Controlling



Handlungsfeld	Maßnahmen	Bis wann
Leitbild	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ein gemeinsames Zukunftsbild der Kanzleileitung gibt Orientierung nach innen und kann intrinsische Motivation entfachen. Mitarbeiter im Veränderungsprozess erhalten so die Chance einen Abgleich vornehmen zu können, was die Veränderung für Sie bedeutet und welche persönliche Perspektive sie in diesem Prozess wiederfinden.</li> </ul>	
Innovationsmanagement	<ul style="list-style-type: none"> <li>Systematischer, strukturierter Prozess der stetigen Weiterentwicklung der Kanzlei und deren Produkte/Dienstleistungen</li> </ul>	
Künstliche Intelligenz	<ul style="list-style-type: none"> <li>Der Einsatz von KI-Tools – wie z. B. ChatGPT – bietet Ihrer Steuerberatungskanzlei die Möglichkeit, ihre Effizienz zu steigern und sich in fachlichen Fragen unterstützen zu lassen.</li> </ul>	
Kanzleistrategie	<ul style="list-style-type: none"> <li>Leitbild bzw. Strategie-Workshop mit DATEV Consulting zur Erarbeitung eines gemeinsamen Leitbildes und der strategischen Schritte / Ziele auf dem Weg zu diesem.</li> <li>DATEV „Zukunftstag für Mitarbeiter“: Blick in die Branche von morgen, Reflektion des Kanzleileitbildes und der Strategie, gemeinsam an der Umsetzung arbeiten.</li> </ul>	
Nachhaltigkeit	<ul style="list-style-type: none"> <li>In der Strategie sind Nachhaltigkeitsziele in den Bereichen <b>Ökologie, Ökonomie und Soziales</b> zu verankern. Diese sollen vom gesamten Team verfolgt, regelmäßig überprüft und angepasst werden</li> </ul>	
Digitalisierungsstrategie	<ul style="list-style-type: none"> <li>Die Digitalisierung geschieht nicht zum Selbstzweck. Wichtig ist hier die Frage, wie digitale Prozesse weiter in die Automatisierung geführt werden können und wie sich dadurch das Geschäftsmodell der Kanzlei verändern wird. Die Skalierbarkeit von Leistungen muss dabei in den Fokus rücken!</li> <li>Dabei sind zu beachten: Analyse der digitalen Stärken und Schwächen der Kanzlei sowie des Angebotsportfolios und der Kompetenzen in der Kanzlei. Ferner Abgleich mit den Chancen und Risiken der Branchenentwicklung und die Festlegung von Zielen und Maßnahmen zur digitalen Transformation des heutigen Geschäftsmodells</li> </ul>	
Partnering	<p>Aufbau von Netzwerken</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>innerhalb der Steuerberaterbranche</li> <li>außerhalb der Steuerberaterbranche</li> </ul>	



Handlungsfeld	Maßnahmen	Bis wann
Personalstrategie	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Aufgabe jeder Kanzlei ist es, ein engagiertes Kanzleiteam zu gewinnen und zu binden.               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Standortbestimmung mit Stärken und Optimierungschancen Ihres derzeitigen Personalmanagements</li> <li>- Aufbauorganisation mit Vergütungssystem und klaren Jobrollen</li> <li>- Interne Kommunikation und kollegiales Miteinander</li> <li>- Kompetente Führung und starker Teamgeist.</li> <li>- Professionelles Recruiting und Onboarding</li> <li>- Attraktivität als Arbeitgeber nach innen und außen</li> </ul> </li> </ul>	
Führungsstruktur und -verantwortlichkeit	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Legen Sie Verantwortlichkeiten und Zuständigkeiten innerhalb der Aufbauorganisation fest. Leben Sie diese. Tag für Tag!</li> </ul>	
Personalrollenkonzept und Qualifikation	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sorgen Sie für Klarheit und erstellen Sie Stellenprofile mit der Darstellung von Aufgaben, Erwartungen und Verantwortungen, die mit einer Stelle in der Kanzlei verbunden sind.</li> <li>▪ Erstellen Sie zu den Stellen sog. Soll-Kompetenzprofile anhand derer Sie Ihre Mitarbeiter(innen) bewerten und individuell weiterbilden.</li> <li>▪ Nehmen Sie gezielt Mitarbeiter in die Verantwortung: Prozessverantwortung, Fachverantwortung, Mandatsverantwortung ggfs. führen Sie die Rolle des Kanzleimanagers(in) ein. Der KM ist eine Mischung aus persönlicher Assistenz und Projektmanager in der Kanzlei und sorgt für die Umsetzung Ihrer Ideen. Zudem kann der KM das Kanzleicontrolling wie auch den Social Media Part unterstützen.</li> </ul>	
Kommunikationsstruktur und Informationsaustausch	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sorgen Sie für ein transparentes, offenes und kontinuierliches Kommunikationssystem innerhalb der Kanzlei</li> <li>▪ Etablieren Sie einen regen Informationsaustausch – Keine Einbahnstraße!</li> </ul>	
Umgang mit Ressourcen	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sorgen Sie unbedingt für Freiräume in der Kanzleileitung -&gt; „Muss ich das jetzt wirklich machen, weil es kein anderer kann, den ich dafür bezahle?“</li> <li>▪ Installieren Sie einen Tag pro Woche, an dem Sie zu mindestens 75% an der Kanzleientwicklung arbeiten!</li> </ul>	
Umgang mit Veränderung	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tragen Sie Ihr Leitbild offen zur Schau und berichten Sie regelmäßig über Erfolgsgeschichten in der strategischen Veränderung.</li> <li>▪ Beteiligen Sie Mitarbeiter immer wieder an Ausarbeitung von Maßnahmen zur Umsetzung Ihrer Strategie.</li> </ul>	



Handlungsfeld	Maßnahmen	Bis wann
(IT-)Kanäle im Austausch mit Mandanten	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Enge Anbindung des Mandanten an die Kanzlei</li> </ul>	
Technik-Ausstattung		
Automatisierung der Wertschöpfungskette	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Die Digitalisierung der Kanzlei beginnt beim Mandanten. In diesem Kontext ist Scannen nur eine Übergangslösung und der Fokus muss auf Schnittstellen ausgerichtet sein. Hierzu ist der Einbezug des DATEV Marktplatzes erforderlich, mit dem sich die Kanzlei beschäftigen muss. Hierzu sollten Verantwortlichkeiten in der Kanzlei definiert werden, z. B. Fachverantwortung oder auch Prozessverantwortung</li> <li>▪ Aktualisieren Sie regelmäßig das DATEV Digitalisierungscockpit und besprechen Sie dieses regelmäßig mit Ihren Mitarbeitern. Setzen Sie Ziele dazu!</li> </ul>	
Prozessbeschreibung	<p>Ein Standard ist das gemeinsame Verständnis dazu, wie in der Kanzlei zu einem bestimmten Zeitpunkt gearbeitet werden soll. Der Standard bietet die Ausgangsbasis für die laufende Verbesserung der Abläufe.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Prozessoptimierung ist ein kontinuierlicher Prozess. Das Projekt soll auf Mitarbeiterebene angesiedelt sein, um die Akzeptanz der Mitarbeiter frühzeitig zu gewinnen. Die Prozesse der Kanzlei werden vom Mandanten in die Kanzlei optimiert und in ProCheck dokumentiert. In diesem Zuge wird auch der laufende Verbesserungsprozess in der Kanzlei organisiert. DATEV Consulting kann Sie dabei begleiten.</li> <li>▪ Eine stetige Überprüfung der Prozesse auf notwendige Anpassungen ist unabdingbar.</li> </ul>	
Datenschutz / IT-Sicherheit		
Controlling	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Führen Sie Controlling-Instrumente in Ihrer Kanzlei ein. Nicht zur Kontrolle der Mitarbeiter, sondern zur Grundlage von Entscheidungen z.B. im Rahmen Ihrer Honorargestaltung, zur Beurteilung der Prozesseffektivität und -effizienz.</li> <li>▪ Einbindung in strategische Entscheidungen</li> </ul>	



Handlungsfeld	Maßnahmen	Bis wann
Zielgruppen	<p>Aktive Marktbearbeitung bedeutet, sich mit Zielgruppen zu beschäftigen. Die Differenzierung der Zielgruppen ist aus der Kanzleistrategie abzuleiten. Sind die Zielgruppen bekannt, so sollten die dem Segment typischen Bedürfnisse und Wünsche analysiert und Leistungsangebote definiert werden. An diesen wird dann die Kompetenzentwicklung der Kanzlei oder das Partnernetzwerk ausgerichtet. Mit dem Blick auf Kundensegmente können auch unterschiedliche Geschäftsmodelle für die Kanzlei entstehen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- analoge Kunde -&gt; Kanzlei übernimmt Büromanagement</li> <li>- digitale Treiber -&gt; Kanzlei wird zum Prozesscontroller (Tax Compliance)</li> </ul> <p>Zudem ist die Zielgruppenorientierung Basis für die Ausrichtung des Beziehungsmanagementkonzepts der Kanzlei, um das Servicekonzept attraktiv und die Kommunikationsstruktur produktiv zu gestalten.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Workshop zur Entwicklung des Geschäftsmodells mit DATEV Consulting (im regelmäßigen Onlinecoaching möglich): <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Zielgruppendifferenzierung/Mandantenportfolio</li> <li>▪ Entwurf von Personas je Zielgruppe mit Wünschen und Bedürfnissen</li> <li>▪ Ableitung von passenden Angeboten mit Honorar und Vermarktungsansatz</li> <li>▪ Festlegung des erforderlichen Kompetenzaufbaus bzw. der Netzwerkpartner</li> </ul> </li> </ul>	
Marketingstrategie	<p>Erarbeiten Sie Ihre Marketingstrategie. Update der Außendarstellung/Homepage.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Klare Kernbotschaften, knackiger Text</li> <li>▪ Auf den einzelnen <b>Nutzen</b> eingehen (Mandant, Mitarbeiter, Bewerber)</li> <li>▪ Standardleistungen werden erklärt -&gt; im Kerngeschäft mehr Fokus auf die Art der Zusammenarbeit legen (mehr wie statt was)</li> <li>▪ Karriereportal optimierbar (zielgruppenspezifisch ausgerichtet: Landingpages)</li> </ul> <p><b>Darstellung der Kanzlei-Attraktivität/Authentizität: menschlicher Wer sind wir? Wofür stehen wir?</b></p> <p>Die Zielgruppe Mitarbeiter sollte auch auf der Homepage stärker in den Fokus rücken und die potenziellen Mitarbeiter spezifischer abholen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Azubis: Sicherheit geben</li> <li>▪ Absolventen: berufliche Perspektiven aufzeigen</li> <li>▪ Jobwechsler: moderne Kanzlei, anspruchsvolle Mandanten, berufliche Perspektive</li> </ul>	



Handlungsfeld	Maßnahmen	Bis wann
Marktpositionierung	<p>Steigern Sie die Attraktivität Ihrer Kanzlei mit einem umfassenden Konzept, das Mandanten, Mitarbeiter und Bewerber anspricht. Wir analysieren Ihre Marketingaktivitäten und verbessern Ihre Außendarstellung und Positionierung auf allen Kommunikationskanälen. Gemeinsam entwickeln wir einen maßgeschneiderten Plan, mit dem Sie Talente wie auch Mandanten gewinnen und binden. So erreichen Sie Ihre Ziele und bleiben langfristig erfolgreich!</p>	
Markenkommunikation	<p>Die Kanzlei ist über Social Media nicht optimal sichtbar? Hier wird die Chance verpasst, Einblicke in die Kanzlei zu geben und den Traffic auf die Homepage zu steuern. Die Markenpositionierung wirkt sowohl auf den Mandanten- wie auch Mitarbeitermarkt gleichermaßen.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Erste Einblicke im DATEV Arbeitskreis</li> <li>▪ Beratung zur Markenpositionierung, zur Mandanten- und Mitarbeitergewinnung und -bindung, zum Online-Recruiting sowie nachhaltige Steigerung der Arbeitgeberattraktivität durch DATEV Consulting</li> <li>▪ Enger, strukturierter Kontakt auf unterschiedlichen Medien zur Mandantenbindung</li> </ul>	
Produktentwicklung	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Einbindung der Mandanten zur Klärung ihres konkreten Bedarfs</li> <li>▪ Zielgruppenorientierung</li> <li>▪ Honorargestaltung</li> </ul>	

# Die 4 Regeln eines erfolgreichen (Employer-)Branding

Definieren Sie ein spezifisches Wertesystem für Ihre Kanzlei

Entwickeln Sie eine glaubwürdige, differenzierende Positionierung und beantworten Sie die Frage, warum Ihre Kanzlei tut, was sie tut

Suchen Sie dazu die passenden Mitarbeiter – nicht die vermeintlich Besten

Leben Sie nach innen, was Sie nach außen versprechen

# Beziehen Sie Position!

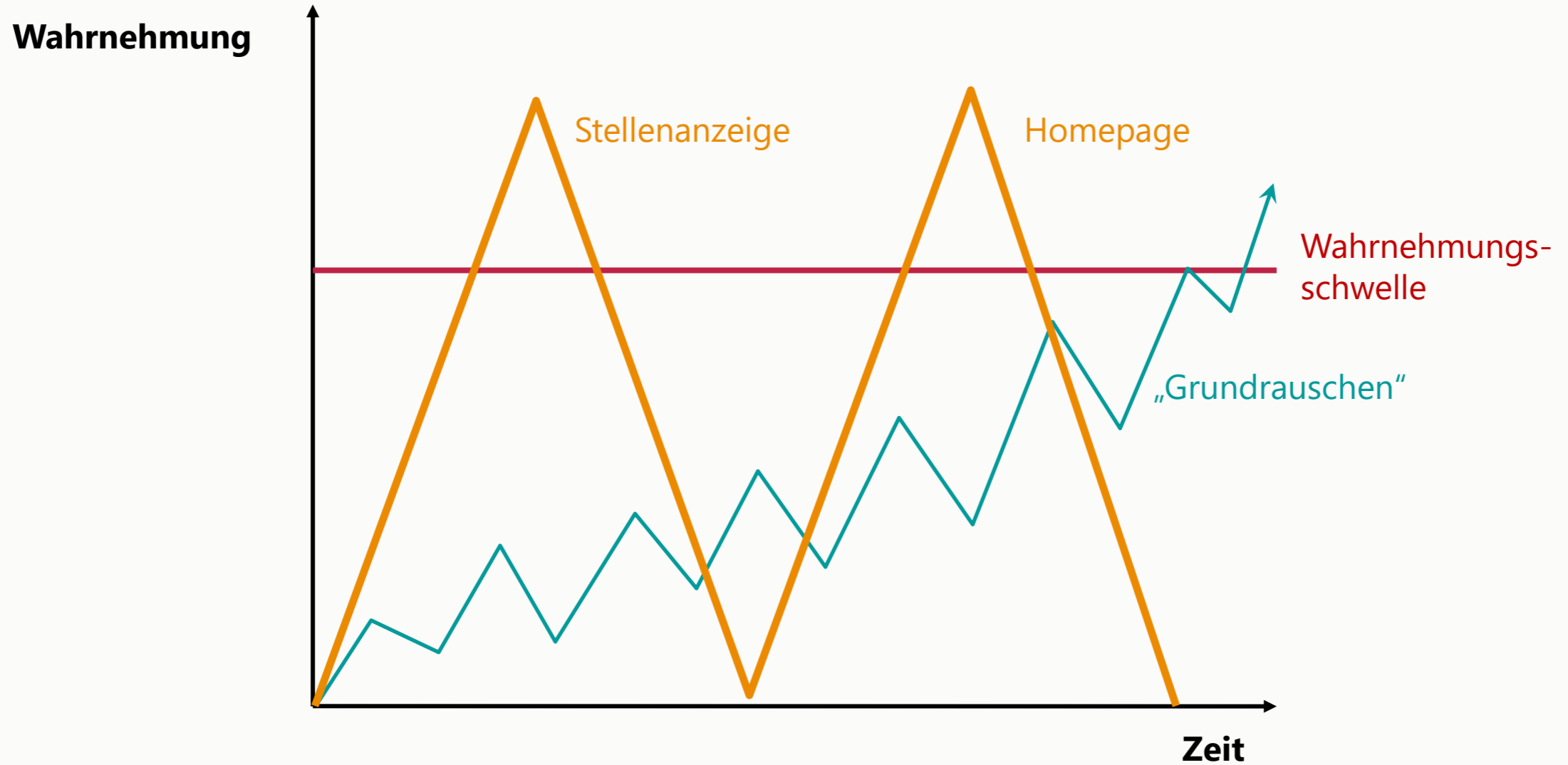
Trauen Sie sich, emotional zu formulieren und klare Kanten zu zeigen

Verzichten Sie auf austauschbare Floskeln

Formulieren Sie einheitliche zentrale Botschaften, die die Kerneigenschaften Ihrer Kanzlei und Ihr Wertversprechen zusammenfassen

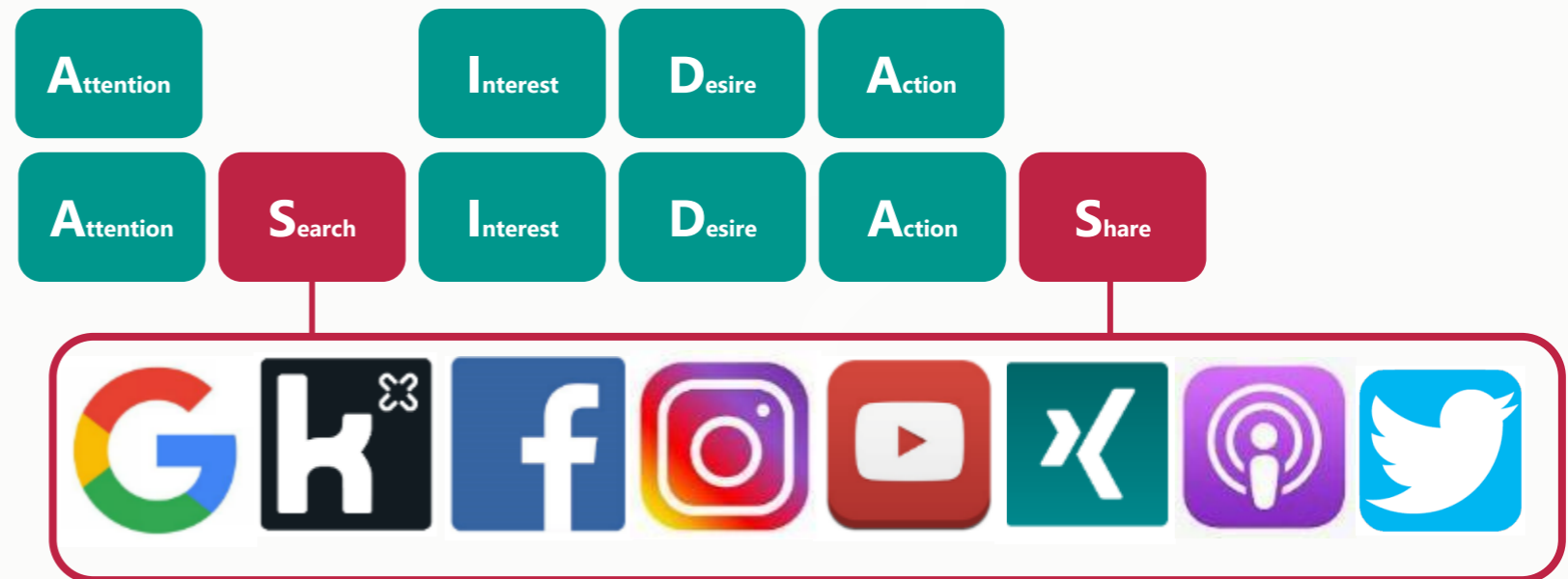
Machen Sie Ihre Positionierung in der Kanzlei erlebbar – und für Mandanten, Mitarbeiter und Bewerber spürbar

# Machen Sie Ihre Position sichtbar!



# Seien Sie dort auffindbar, wo Ihre Zielgruppe ist!

- Seien Sie dort präsent und leicht auffindbar, wo nach Ihren Leistungen gesucht wird!
- Selbst nach einer Empfehlung suchen die meisten im Internet nach weiteren Informationen.
- Um aktiv Mandanten zu akquirieren, müssen Sie anschließend aktiv werden.
- Nehmen Sie die Wünsche Ihrer potentiellen Mandanten ernst und erzeugen Sie Interesse!

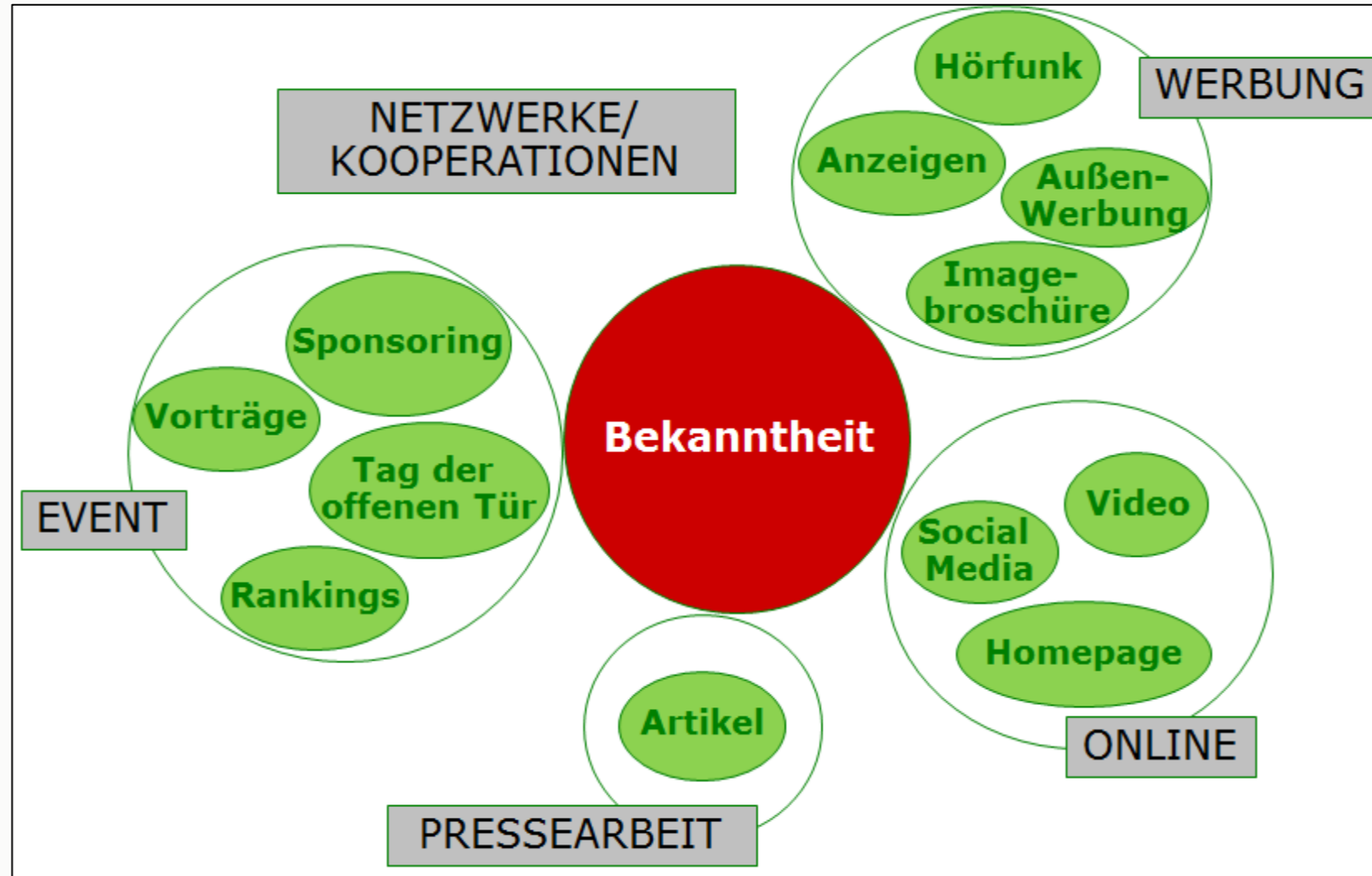


# Bringen Sie Ihre Story unters Volk!

- Bestehende Kontakte nutzen.
- Suchen Sie sich Plattformen, wo Sie Ihre Kunden treffen: z.B. Unternehmerstammtische, Messen, Netzwerke, Vereinigungen, etc.
- Netzwerken Sie aktiv - schütteln Sie viele Hände! (offline & online)
- Suchen Sie nach „follow-up`s“, d.h. nach dem nächsten Kontaktpunkt und bauen Sie Beziehungen auf!
- Engagieren Sie sich: Ehrenämter, Vereine, Sponsoring können hilfreiche Kanäle sein.



# Machen Sie Ihre Position sichtbar!



# Eine Empfehlung ist die beste Werbung

## Werden Sie greifbar, durch

- Ein klares Kanzleiprofil
- Eine klare Zielgruppenorientierung
- Aktive Marketingkommunikation

## Machen Sie sich zum Gespräch, durch

- Proaktive Mandantenansprache
- Intensive Mandatsbeziehungen
- Exzellenten Service
- Außergewöhnliche Werbung

## Kontrollieren Sie Empfehlungen

- Notieren Sie sich die Empfehler und erfassen Sie Empfehlungsgründe
- Beobachten Sie auch negative Empfehlungen

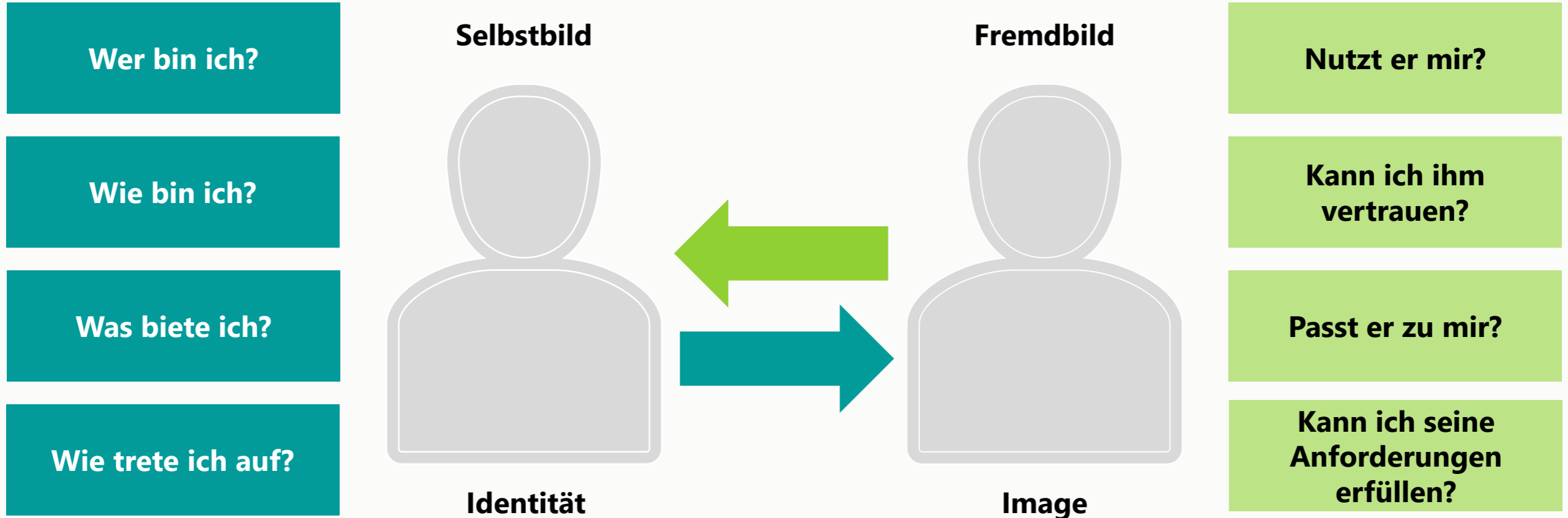


A white rectangular sign with bold black text is suspended from a black metal hanger. The hanger is attached to a textured, light-brown wall. The background shows a blurred view of a building's exterior with wooden trim and a window.

**YOUR CULTURE  
IS YOUR BRAND**

# Kleiner Exkurs

# Wie wirken Marken?



# Was zeichnet eine starke Marke aus?

**Starke Marken** haben klare Markenkernwerte, eine eindeutige Positionierung und eine langfristig definierte Markenstrategie.

Kurzum:

Bei **starken Marken** entsteht ein klares Bild von der **Marke** und wofür sie steht.

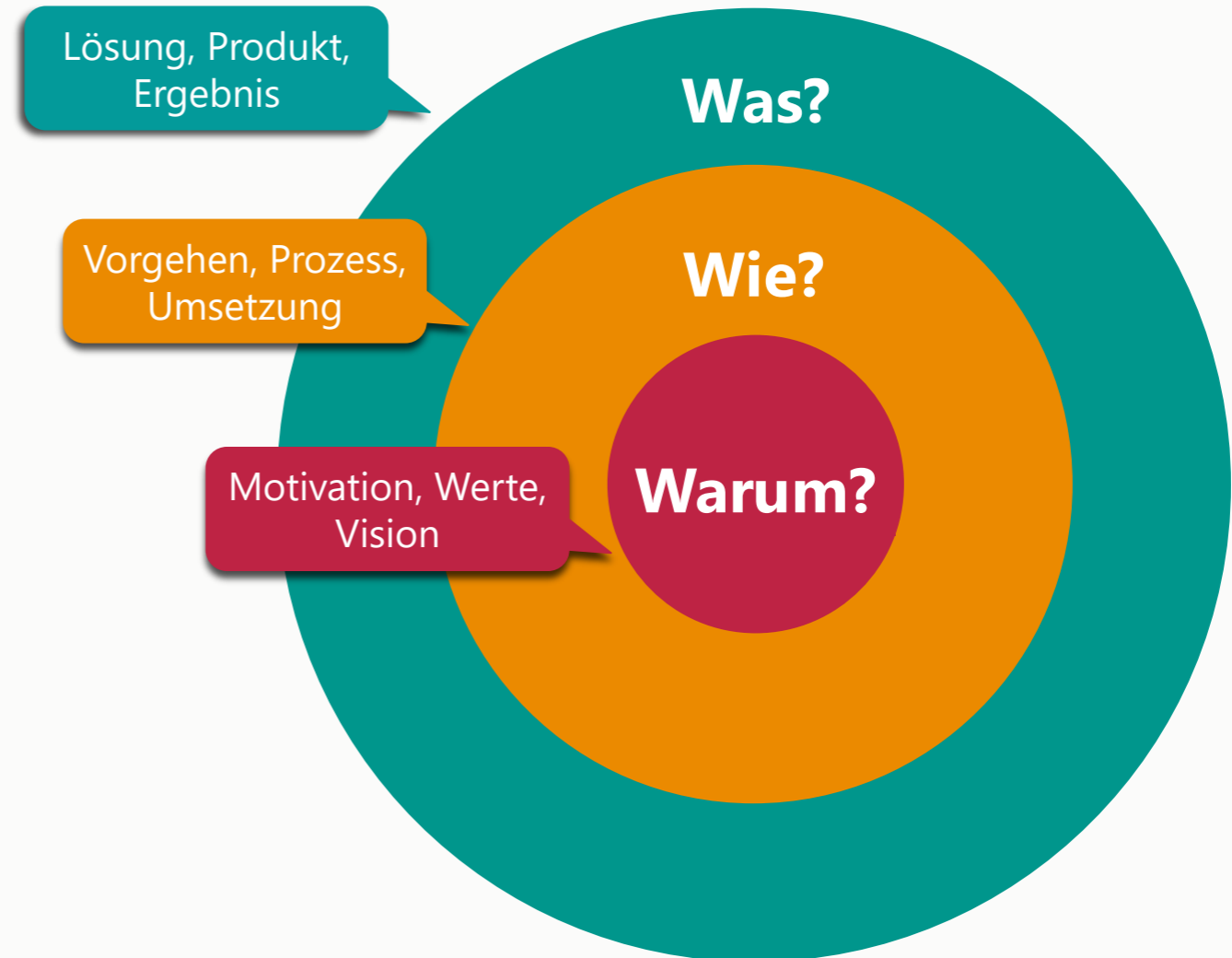
**Starke Marken** sind folglich begehrt und besitzen eine hohe Attraktivität.



# Das Prinzip des Golden Circle

Die drei Kernfragen:

- **Warum:** Markenglaube / Mission
- **Wie:** Markenversprechen / Strategie
- **Was:** Produkte und Dienstleistungen

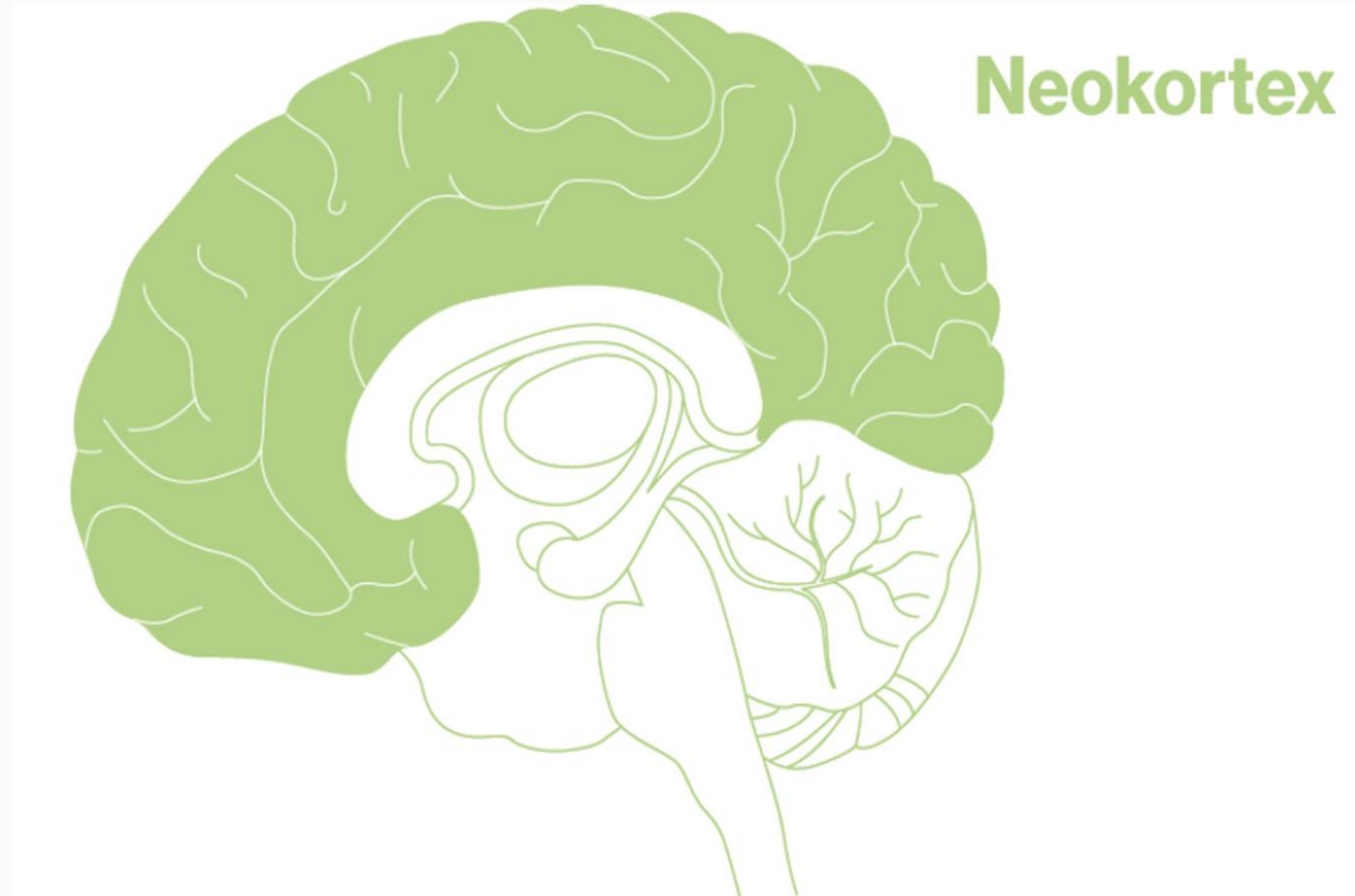


# Biologischer Exkurs

## Neokortex

→ Was?

- Vernunft
- Analytik
- Sprache

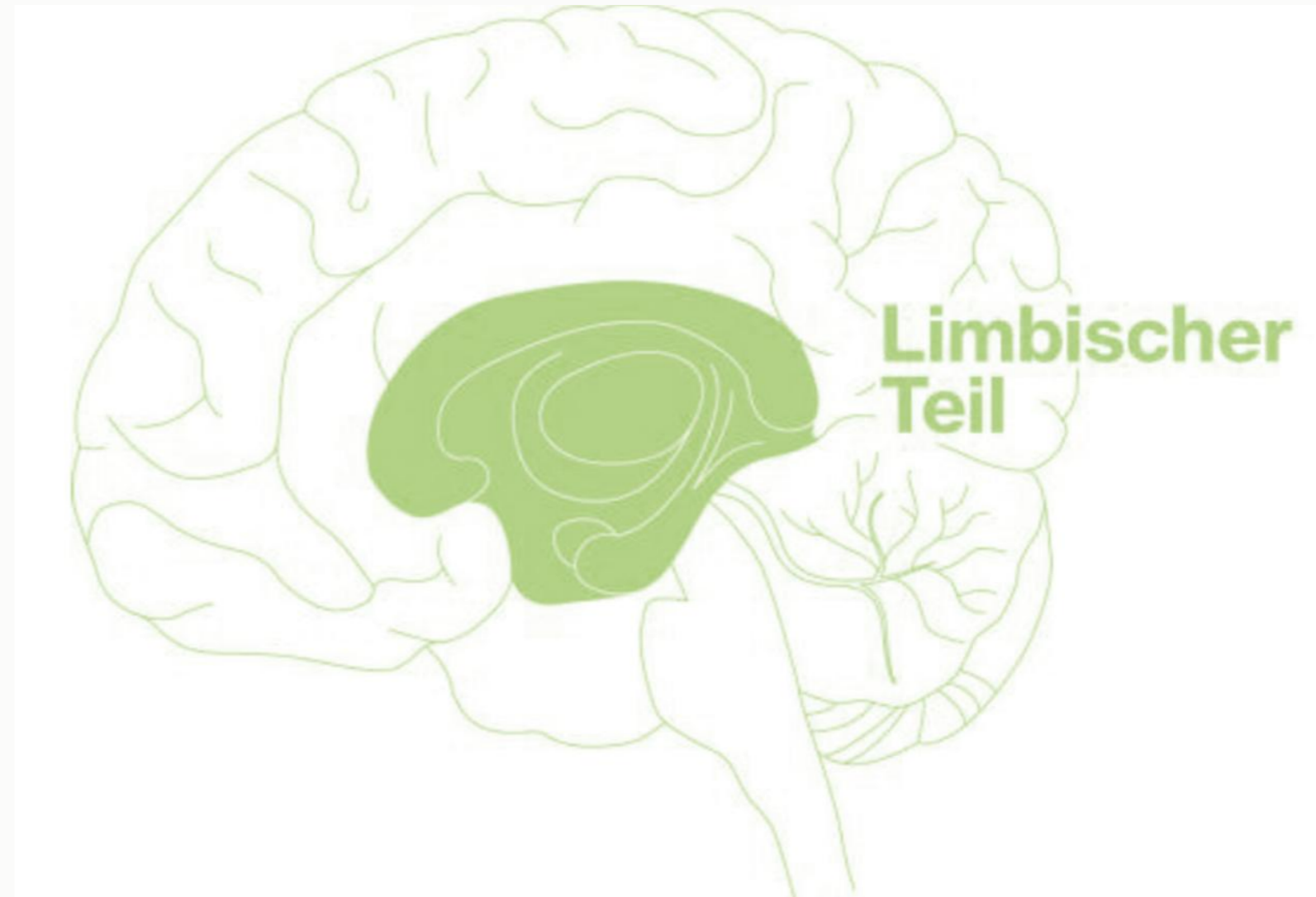


# Biologischer Exkurs

## Limbischer Teil

→ Wie? Warum?

- Gefühle
- Vertrauen
- Loyalität
- Verhaltensweisen



# Das Prinzip des Golden Circle

Wenn wir von außen nach innen kommunizieren, dann nehmen Menschen viele Informationen auf wie Funktionen, Zahlen, Daten.

→ **Nur hat es keinen Einfluss auf unser Verhalten.**

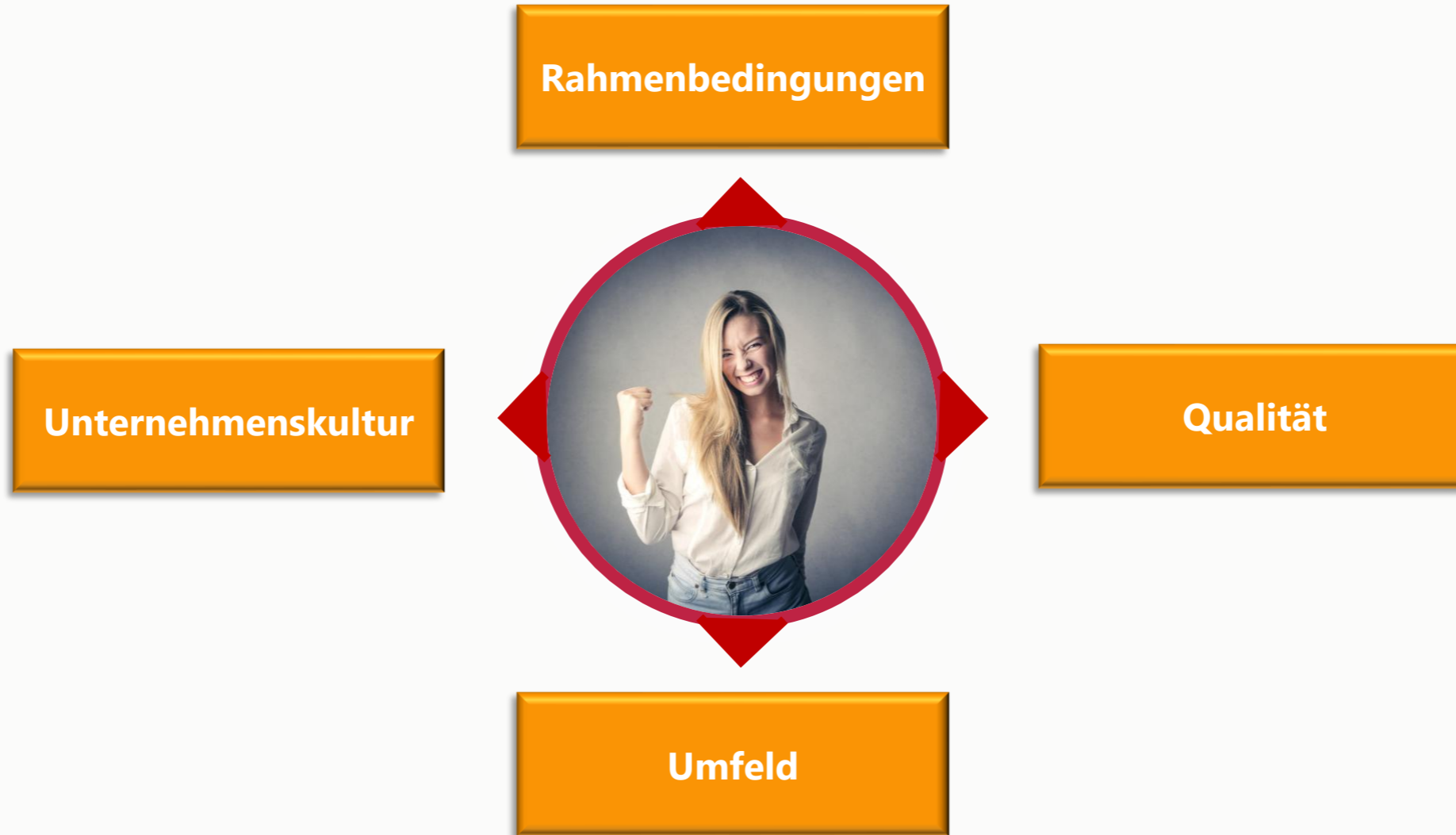
Kommunizieren wir aber von innen nach außen, sprechen wir direkt zu dem Teil des Gehirns, der das Verhalten steuert. Wir geben dem Zuhörer die Möglichkeit, es mit den greifbareren Informationen zu verbinden.

→ **So entstehen Bauchentscheidungen.**



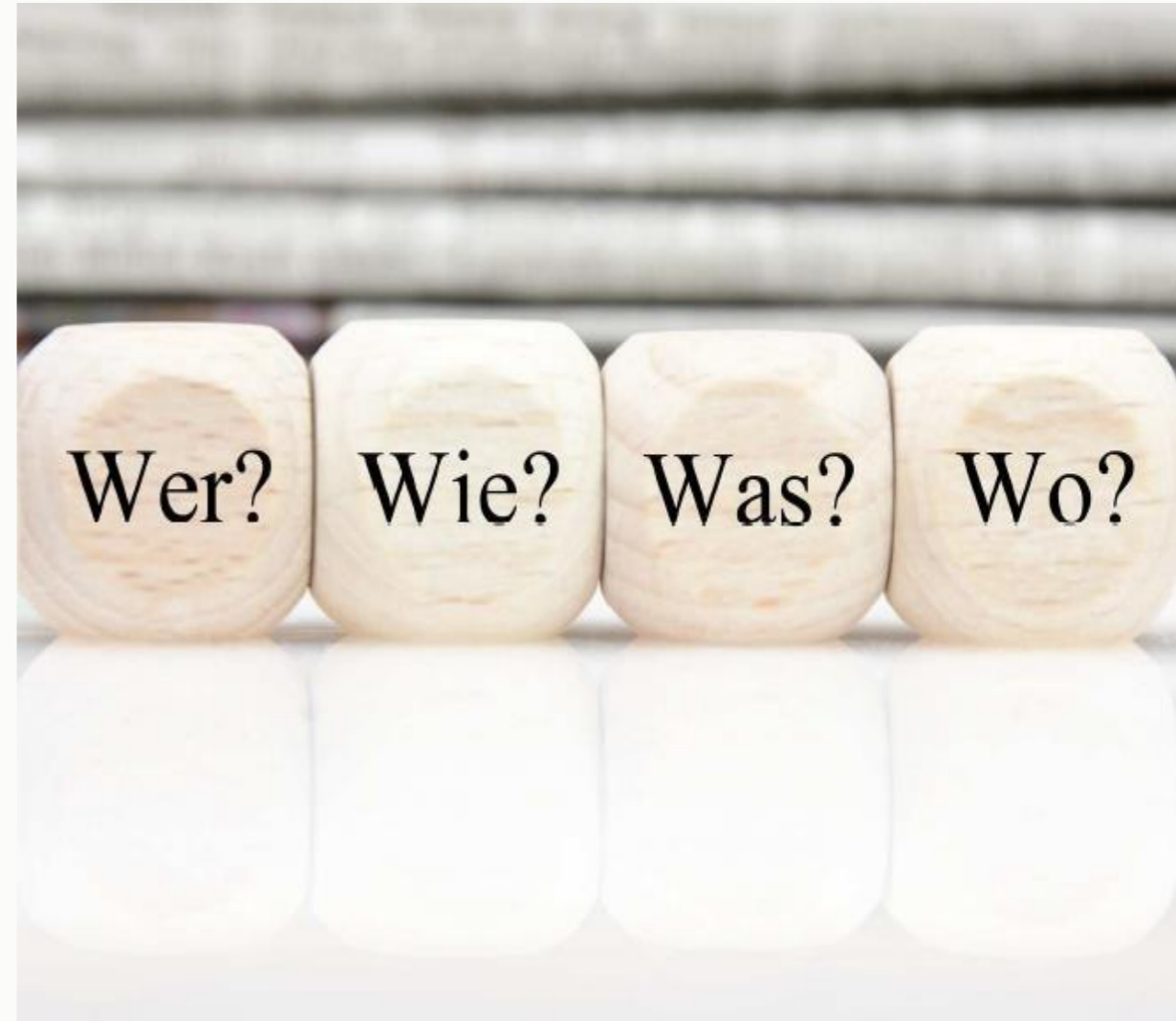
# Umsetzung

# Die richtigen Mandanten/Bewerber melden sich, wenn folgendes passt:

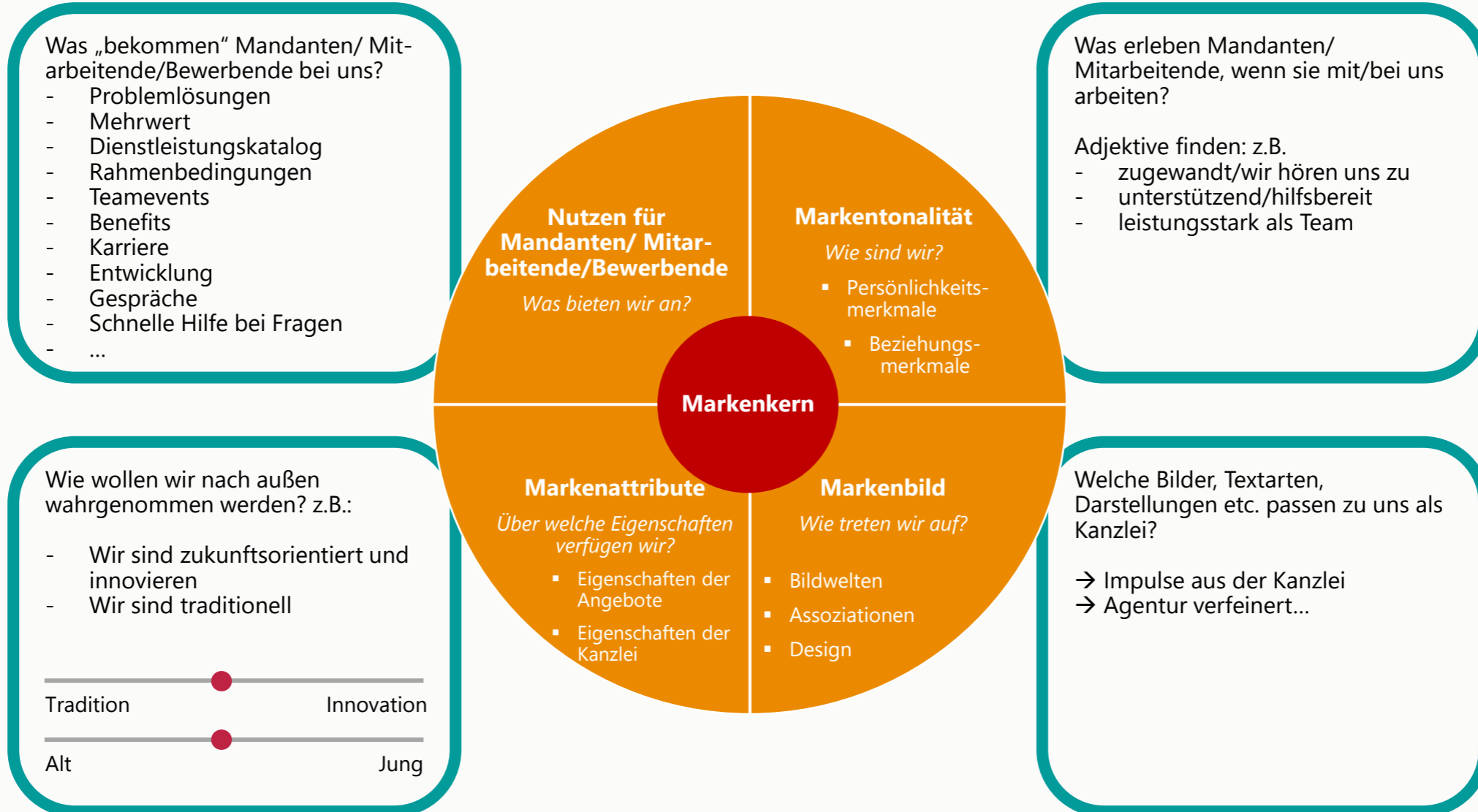


# Eigene Klarheit erlangen

- Was zeichnet mich als Person bzw. Steuerberater aus?
- Was ist mir bei der Beratung besonders wichtig?
- Welcher Stil passt zu mir?
- Wie trete ich auf?
- Welcher Menschenschlag passt zu mir?
- Was biete ich an?
- Wie und wo kann man mich finden?



# Die eigene Position festlegen



# Die eigene Position festlegen

## Die Nutzen für Mandanten

- Was bieten wir an?
- Was bekommt der Mandant (z.B. Angebotsportfolio/ Rahmenbedingungen/ Events/ Besonderheiten/ Benefits/ Gespräche/ sonstiges ...)?
- Welche nachhaltigen Produkte/Dienstleistungen (ökonomisch, ökologisch, sozial) bietet unsere Kanzlei? Auf welche Angebote legen wir einen Schwerpunkt?

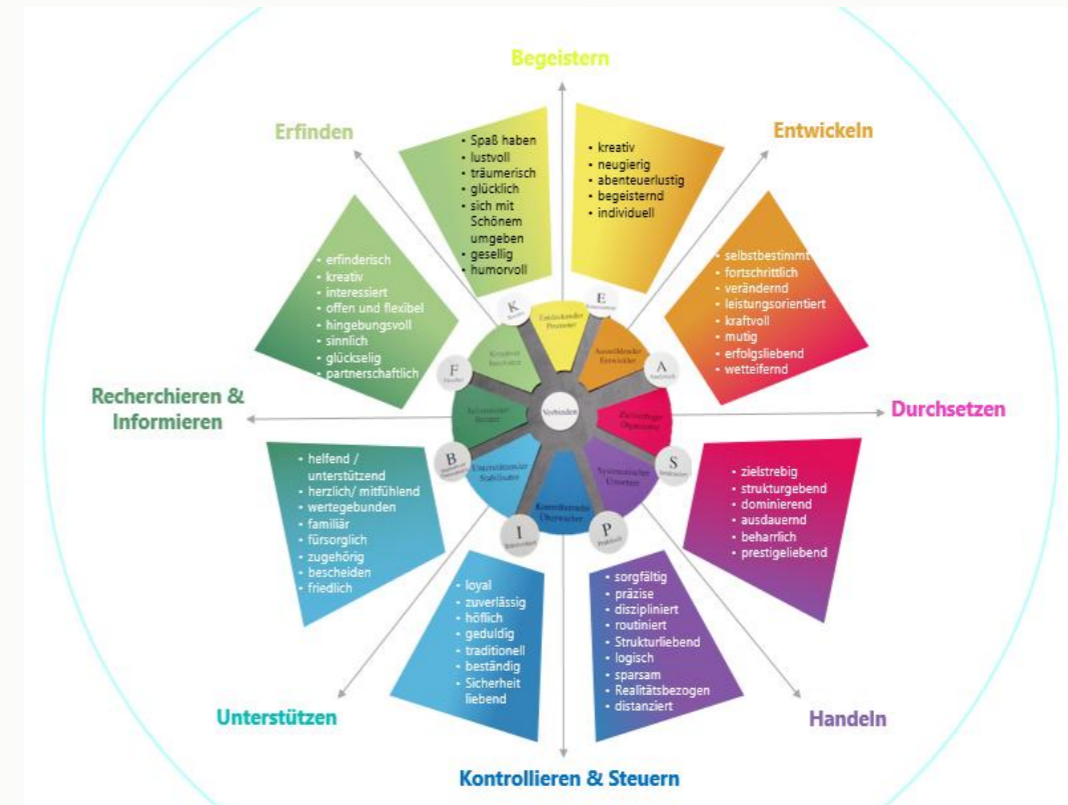
## Die Markenattribute

- Über welche Eigenschaften verfügen wir (Angebote/Kanzlei)?
- Wie wollen wir nach außen wahrgenommen werden (traditionell/innovativ ...)?
- Wollen wir außerhalb als nachhaltige Kanzlei wahrgenommen werden?  
Wenn ja: mit welchen nachhaltigen Attributen wollen wir wahrgenommen werden?  
Legen wir Schwerpunkte, oder stellen wir uns in allen drei Bereichen ökonomisch, ökologisch und sozial dar?

# Die eigene Position festlegen

## Die Markentonaltät

- Wie sind wir (Persönlichkeitsmerkmale/Beziehungsmerkmale)?
- Wie erleben uns die Mandanten und die Mitarbeiter?
- Welche Begriffe zum Bereich Nachhaltigkeit unserer Kanzlei (ökonomisch, ökologisch, sozial) sollen in der Außendarstellung verwendet werden?



# Die eigene Position festlegen

## Das Markenbild

- Wie treten wir auf (Bildwelten/Assoziationen/Design)?
- Welche Bilder, Textarten, Darstellungen etc. passen zu uns (Impulse/Agentur verfeinert)?
- Möchten wir Bilderwelten, Assoziationen und/oder Designs in der Außendarstellung unserer Kanzlei verwenden, die (potentielle) Mandanten auf unser Engagement im Bereich „Nachhaltige Kanzlei“ in Bezug auf Ökologie, Ökonomie und Soziales hinweisen?

# Die Zielgruppe als Dreh- und Angelpunkt im Marketing

## Bewerber A

- geboren 1948
- in England aufgewachsen
- zweimal verheiratet
- hat Kinder
- erfolgreich, reich
- macht gern Ferien in den Alpen
- mag Hunde

## Bewerber B

- geboren 1948
- in England aufgewachsen
- zweimal verheiratet
- hat Kinder
- erfolgreich, reich
- macht gern Ferien in den Alpen
- mag Hunde

# Die Zielgruppe als Dreh- und Angelpunkt im Marketing

<https://www.royal.uk/coronation-weekend>



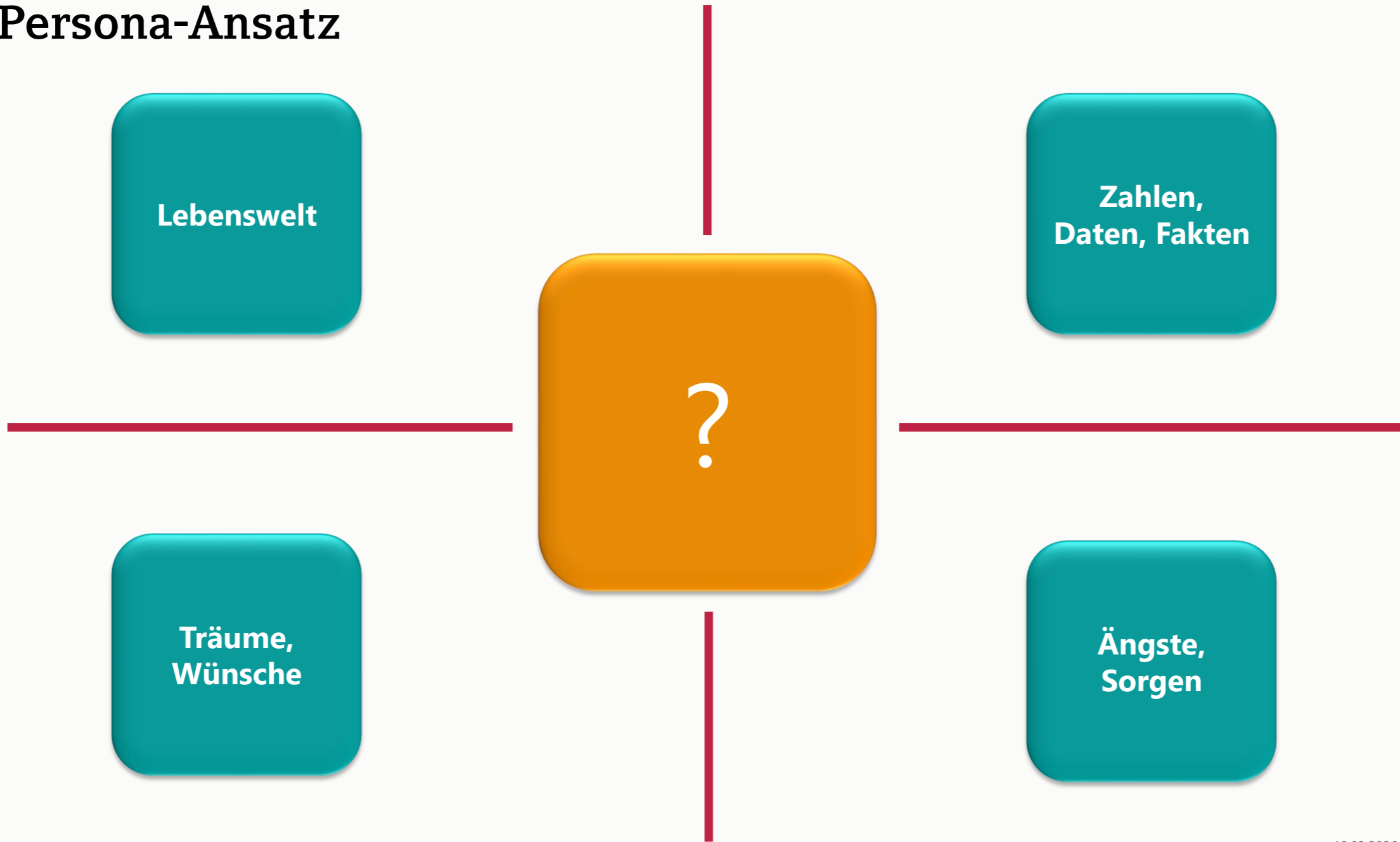
- geboren 1948
- in England aufgewachsen
- zweimal verheiratet
- hat Kinder
- erfolgreich, reich
- macht gern Ferien in den Alpen
- mag Hunde

[Black-Sabbath-Sänger Ozzy Osbourne im Interview - DER SPIEGEL](#)

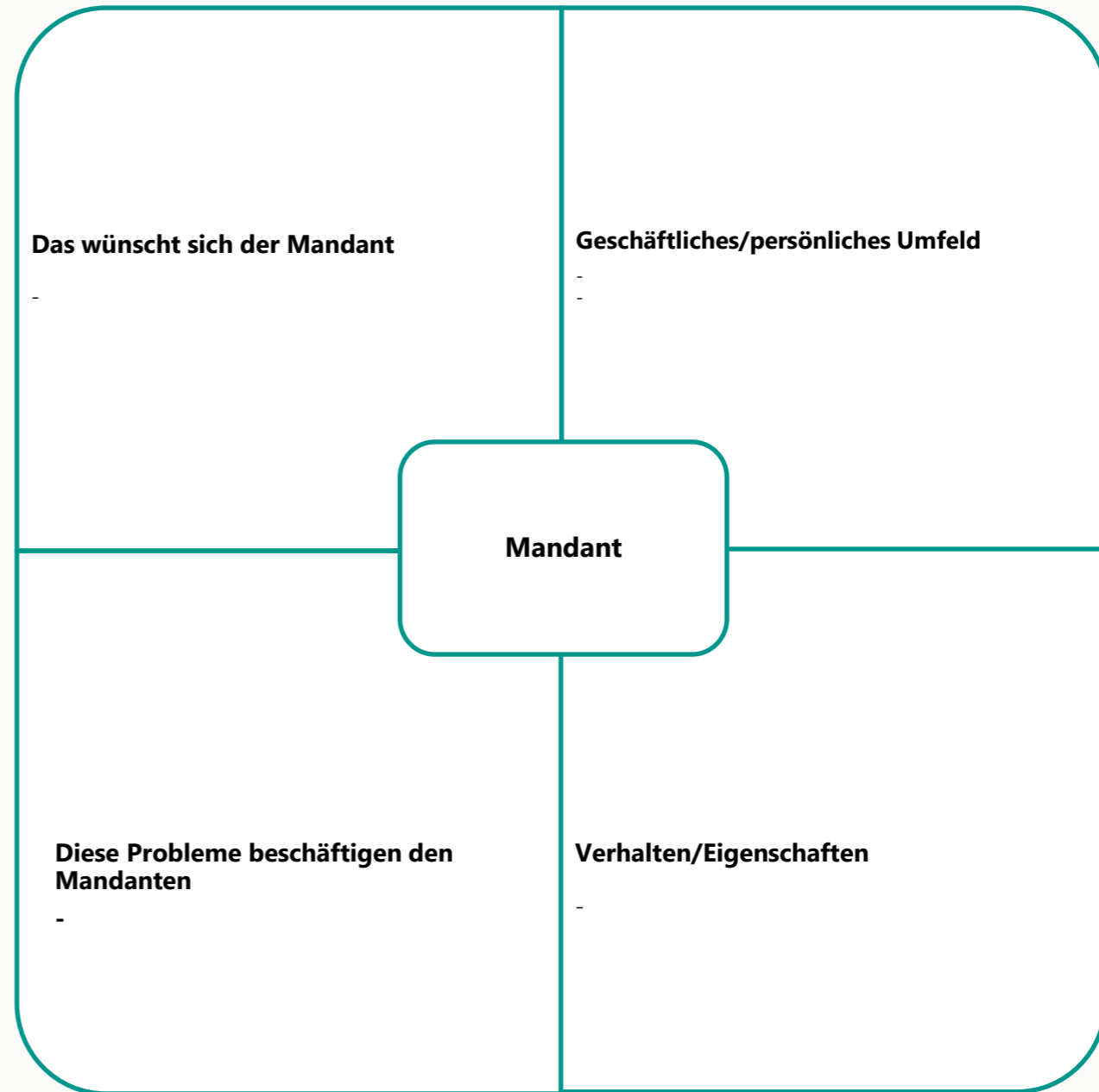


- geboren 1948
- in England aufgewachsen
- zweimal verheiratet
- hat Kinder
- erfolgreich, reich
- macht gern Ferien in den Alpen
- mag Hunde

# Der Persona-Ansatz



# Zielgruppendefinition „Der ideale Mandant“



# Die Value Proposition Canvas



= Wertversprechen

Schnittpunkt



= Persona

# Die Value Proposition Canvas

## Die Aufgaben/Lebenswelt

- Welche **funktionalen** Jobs oder Aufgaben möchte der Mandant erledigen? (ein Problem lösen)
- Welche **sozialen** „Jobs“ oder „Aufgaben“ möchten Mandanten erledigen? (Macht, Status, Nachhaltigkeit)
- Welche Grundbedürfnisse / „**emotionalen** Jobs“ will der Mandant befriedigen? (Sicherheit, Wohlgefühl)

## Unser Angebot

- Was bieten wir (Kanzlei/Produkte/Dienstleistungen)?
- Wer sind wir heute? Wofür stehen wir? Wohin entwickeln wir uns?
- Welche Produkte oder Dienstleistungen biete ich an, die den Mandanten helfen, ihre Aufgaben zu erledigen?
- Welche Produkte oder Dienstleistungen biete ich an, die den Mandanten helfen, ihre Grundbedürfnisse zu befriedigen?

# Die Value Proposition Canvas

## Die Wünsche

- Wo möchte sich der Mandant etwas ersparen?  
(Zeit, Geld, Aufwand, Arbeit)
- Wonach suchen die Mandanten? Wovon träumen sie?
- Was liebt der Mandant an den bestehenden Lösungen?

## Unser Mehrwert

- Welchen Mehrwert möchten wir den Mandanten bieten?
- Wie erleichtere ich das Leben meines Mandanten?
- Womit und wie erfülle ich Mandantenbedürfnisse?
- Wie kann ich das bieten, was sich Mandanten wünschen?

# Die Value Proposition Canvas

## Die Schwierigkeiten/Herausforderungen

- Was empfindet der Mandant als zu kostspielig?  
(kostet zu viel, dauert zu lange, ist zu aufwendig)
- Was sind die Hauptschwierigkeiten und -herausforderungen, denen sie begegnen?
- Wo bleiben bestehende Lösungen hinter den Erwartungen der User?
- Was führt dazu, dass sich der Mandant schlecht fühlt?  
Welche Risiken fürchten sie? (verbunden mit sozialen und Grundbedürfnissen)

## Unsere Problemlösungen

- Wie lösen wir Probleme von Mandanten?
- Wie und womit liefere ich eine bessere Lösung als etablierte Anbieter?
- Wie vermeide ich negative Konsequenzen für meine Mandanten?

# Mandatsstruktur optimieren

## Überblick

Mit der Beratung zur optimalen Mandatsstruktur ermitteln wir, welche Ihrer Mandanten besonders gut zu Ihrer Kanzleiausrichtung passen. Wir entwickeln mit Ihnen sinnvolle Betreuungsstrategien: Von unterschiedlichen Service-Levels bis hin zur risikoarmen Mandatsniederlegung.



## Ablauf & Inhalte

### 1 | Typologisieren

- Projektziele festlegen
- Situation reflektieren
- Scoring-Modell definieren

### 2 | Entwickeln

- 2a | DATEV:  
Scoring-Modell erstellen
- 2b | Kanzlei:  
Daten ergänzen

### 3 | Planen

- Betreuungsstrategien definieren
- Vorgehensweise festlegen

Gehen Sie schrittweise  
vor.

Tipp: Zerlegen Sie die Schritte in  
„verdaubare“ Maßnahmen

- Definition Ihrer Traum-Mandantin bzw. Ihres Traum-Mandanten
- Verabschiedung der Mandantinnen bzw. Mandanten mit negativer Bewertung
- Weiterentwicklung Ihrer bestehenden Mandantinnen bzw. Mandanten
- Entscheidung für Neumandate immer im direkten Vergleich zu Ihrer Traum-Mandantin bzw. Ihrem Traum-Mandanten

... und führen Sie regelmäßige Reviews durch!



Quelle: smarticular.net



Quelle: bauen.com

# Abschluss

**Hat's gepasst?**

**Was nehmen Sie mit?**

**Was sind Ihre nächsten Schritte?**





**Zukunft gestalten. Gemeinsam.**