



ZWEI NEUE BRANCHENBÜCHER, CHEF.  
ZUR OPTIMIERUNG IHRER SITZHÖHE !

Beim Onlineauftritt kann der Steuerberater seine Annonce im Rahmen einer Premiumanzeige zudem in den Suchergebnissen weit oben platzieren lassen, um so noch vor anderen Kollegen gefunden zu werden. Heißt im Klartext: Wer am meisten zahlt, steht am weitesten oben. Zusätzlich können Bilder, Videos und der direkte Link zur eigenen Homepage integriert werden, alles ohne Aufpreis. Ebenfalls im Preis enthalten ist ein 30-sekündiges Video, das den Steuerberater und sein Kanzleiteam vorstellt und auch in dessen Homepage eingebunden werden kann. Wenn der Steuerberater das Video nicht selbst drehen will, schickt die Anzeigenabteilung eigens einen Kameramann in die Kanzlei. Besonders viele Steuerberater nutzen das Videoangebot aber nicht. Schon beim gewöhnlichen Anzeigenlayout sind Steuerberater eher zurückhaltend. „Wir haben in den Branchenbüchern nur das mittlere Preis-Leistungs-Segment gewählt“, sagt etwa Andreas Jäckel von der Kanzlei Kruse und Jäckel in Kiel. „Das machen die meisten Kollegen so. Bescheidenheit passt eben zum Kanzleiprofil von Steuerberatern.“

Dennoch wollen die Verlage ihre Kundschaft künftig verstärkt von Multimedia-Elementen überzeugen. Patrick Hünemohr, Chef des Greven's Adressbuchverlags, glaubt zum Beispiel an die Apps für Mobiltelefone: Das Telefonbuch fürs iPhone verzeichnet bisher über 860.000 Downloads seit seinem Start Mitte 2009. „Diese Zahl ist zwar schon hoch, lässt aber noch jede Menge Wachstum zu“, so Hünemohr. Doch auch für die Printausgabe gibt es Pläne: So sollen Branchenbücher durch die Einbindung von Spezialthemen, Praxistipps und redaktionellen Inhalten informativer werden. In den dort veröffentlichten Artikeln wird es dann auch wieder Platz für Sonderwerbung geben. Weitere Printneuerungen könnten laut Hünemohr zum Beispiel Duftanzeigen und die Integration eines sogenannten Quick Response Codes in Form eines Pixelbildes in den Anzeigen sein. Letzteres könnte auch für Steuerberater interessant sein: Das Pixelbild können Mandanten per

Smartphone einlesen und landen dann direkt auf der Kanzlei-Homepage im Internet.

Die Werbe-Konkurrenz hält indes erwartungsgemäß wenig vom Angebot der Verleger. Der Geschäftsführer der G73 Werbeagentur aus Hannover, Rainer Gärtner, rät von Branchen- und Telefonbucheinträgen ab, weil er sie zu teuer findet. „Eine gut gemachte Internetseite, die dann auch in Suchmaschinen eine hohe Position einnimmt, bringt mehr Erfolg“, verspricht Gärtner. „Sie ist heutzutage das zentrale Kommunikationsmittel einer Steuerberaterkanzlei.“ Eine professionelle Kanzlei-Homepage baut Gärtner ab 5.000 Euro, inklusive Suchmaschinenoptimierung. Dass immer noch so viele Steuerberater in Gelben Seiten und Co. inserieren, ist seiner Ansicht nach reine Gewohnheit. Zwar erkennt auch Gärtner bei den Branchenbüchern den Wandel von Print nach Digital, jedoch ginge das Angebot am Markt vorbei. Die zusätzliche Zeit, die ein potenzieller Mandant auf einer Branchenbuchseite verbringt, sei überflüssig. Er könne auch direkt von der Suchmaschine auf die Homepage der Kanzlei gelangen.

Steuerberater Jäckel aus Kiel will sich aber nicht nur auf eine zentrale Werbemaßnahme beschränken, sondern auf verschiedenen Kanälen Mandanten gewinnen. In welche Werbung er wie viel investiert, macht er allein von deren Erfolg abhängig: „Wir fragen neue Mandanten, wie sie auf uns aufmerksam geworden sind“, sagt Jäckel. Die beste Werbung ist demnach die älteste der Welt – und kostenlos obendrein: „Die meisten von ihnen kommen seit eh und je über Empfehlungen anderer Mandanten zu uns.“ Kein Grund für Jäckel, an bezahlter Werbung zu sparen. Regelmäßig setzt er sich mit seinen beiden Partnern zusammen und überprüft den aktuellen Marketing-Mix. Mit gutem Ergebnis für Gelbe Seiten und Co.: „Wir haben festgestellt, dass viele Mandanten immer noch in die Branchenbücher schauen, wenn sie sich lokal informieren wollen“, sagt Jäckel. Und oft sei die räumliche Nähe ein zentraler Aspekt bei der Suche nach einem Steuerberater: „Das haben uns viele Mandanten bestätigt.“ ■