

Suchbegriff eingeben

strategie Strategie
marketing Marketing
veranstaltungen

Veranstaltungen

stefaninmotion stefan.in.motion
mitarbeiterfuehrung

Mitarbeiterführung

honorargestaltung

Honorargestaltung

blog Blog

stefanonair stefan.on.air

Suche

STEFAN LAMI

[Impressum](#)

[Datenschutz](#)

[WAS macht » FAQ](#)

Honorarerhöhung in schwierigen Zeiten

Ansätze für eine Argumentation

Ansätze für eine Argumentation

Frage:

Hallo Stefan! Derzeit haben wir vermehrt bei Honorarerhöhungen mit folgender Klientenargumentation zu tun:

„In Zeiten wie diesen kann man die Preise nirgends erhöhen. Ganz im Gegenteil uns werden sogar zusätzliche Preisnachlässe abgerungen. Da werden wir auf gar keinen Fall eine Honorarerhöhung vom Steuerberater akzeptieren.“

Hast Du Ideen, Argumente bzw. Ansatzpunkte, wie ich auf diese Situation reagieren kann?

Antwort:

Tatsächlich sind schwierige wirtschaftliche Zeiten immer eine besondere Herausforderung. Eine Honorarerhöhung ohne jegliche Änderung der Leistung ist besonders schwierig bis tatsächlich unmöglich. Die einzige Ausnahme stellt eine inflationsbedingte Anpassung dar.

Folgende Ansatzpunkte sehe ich in dieser Situation:

- Wenn sich der Leistungsumfang ändert, dann ist jede Argumentation natürlich leichter, denn dann es ist ja keine reine Preisdiskussion sondern eine Leistungsdiskussion. Uneingeschränkter Support, Tür & Angel-Beratung, ein Herbstgespräch etc. sind da Ansatzmöglichkeiten.
- Wenn es seit Jahren keine Honoraranpassung gegeben hat, dann wird jetzt dieses „Versäumnis“ nachgeholt; der Mandant hat viele Jahre den gleichen Preis bezahlt und in den letzten Jahre „profitiert“
- Der Steuerberatungsmarkt und der Klientenmarkt sind unterschiedliche Märkte mit unterschiedlichen Preisentwicklungen. So wie es bei anderen (Dienst-) Leistungen und Produkten eben auch ist. Z.B. aus der Tiroler Tourismussicht: Es sind die Preise für die Zimmer in den letzten beiden Jahren nicht generell gesunken. Auch in anderen Branchen gibt es zig weitere Beispiele für Preiserhöhungen. Und natürlich hat es Unternehmen gegeben, die Ihre Preise

senken mussten, aber im selben Segment gab es Unternehmen, die Ihre Preise steigern konnten. Und ja, es gibt Märkte, in denen die Preise schwer vorherzusehen sind (Ernteaussfälle, Holz, Öl etc.)

- Haben früher steigende Preise im Klientenmarkt auch steigende Preise im Steuerberatermarkt zur Folge gehabt? Kann sein, muss aber nicht so gewesen sein.
- Die Option der „Besserungsvereinbarung“: „Ja, lieber Klient, für dieses Jahr halten wir unsere Preise, ab nächstem Jahr (die Wirtschaftslage bzw. Ertragslage des Klienten verbessert sich), heben wir die Preise wieder an“. Diese Option kann in ausgewählten Fällen sinnvoll sein.
- Der Nutzen des Beraters: Gerade in schwierigen Zeiten lohnt sich ein guter Berater. Hier zu sparen ist am falschen Platz gespart (wie übrigens auch beim Marketing in schwierigen Zeiten).
- Frage an den Klienten: „Gibt es Leistungsstörungen?“ Falls ja, dann musst Du darüber sprechen.

[mobile Version](#)

Stefan Lami Bachgasse 29/Top 8, A-6511 Zams M +43 664 221 23 24