

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](#)

## Teilnehmerbeitrag für Klientenseminare

Es gibt kein richtig oder falsch

**Frage:**

Wir planen ein Klientenseminar zu veranstalten. Die Meinungen darüber, ob wir auch einen Beitrag verrechnen sollen, gehen leider auseinander. Bisher haben wir für Klientenseminare nichts verrechnet.

**Antwort:**

Auf die Frage - Teilnehmerbeitrag ja oder nein? - gibt es leider keine eindeutige Antwort. Also auch kein richtig oder falsch.

Auf der einen Seite steht das Argument, dass für eine Steuerberatungskanzlei Seminare ein Marketinginstrument sind und damit die Beziehungen zum Klienten verbessern will. Und zudem es auch nicht Aufgabe der Steuerberatungskanzlei ist, durch Seminarveranstaltungen Geld zu verdienen.

Andererseits wissen wir alle auch, dass der Satz "Was nichts kostet, ist nichts wert" auch seine Richtigkeit hat.

Es gibt sowohl Kanzleien, die trotz Teilnehmerbeitrag eine grosse Teilnehmerzahl erreichen, wie auch den umgekehrten Fall, dass trotz "Gratis-Seminar" fast keine Klienten kommen. Sehr viel wichtiger als die Frage des Teilnehmerbeitrages sind meiner Meinung nach die Inhalte, die Einladung und die reibungslose Organisation des Seminars - siehe dazu [10 Tipps für erfolgreiche Klientenseminare](#).

Die erste Frage, die es zu beantworten gilt ist: Wieviele Teilnehmer hatten Sie bisher bei den Klientenseminaren? Falls diese gut besucht waren, würde ich das Konzept beibehalten. Falls nicht, stehen mehrere Optionen offen.

Aus meiner eigenen Erfahrung weiss ich, dass es durch gute Kommunikation (den "Nutzen" darstellen) auch den Kanzleien, die bisher Gratisseminaren veranstaltet haben, gelingt, für Seminare etwas zu verrechnen und gleichzeitig mehr Teilnehmer beim Seminar zu haben. Die Formulierungen in der Einladung sind dafür genauso entscheidend wie das telefonische Nachfassen.

Falls Sie sich für die Verrechnung von Teilnehmerbeiträgen entscheiden, so würde ich entweder eine Staffelung (2 und mehr Teilnehmer des gleichen Unternehmens sind billiger) oder einen Fixbeitrag pro Unternehmen (unabhängig der Teilnehmer aus dem Unternehmen) empfehlen. Die Höhe des Teilnehmerbeitrages ist sehr individuell.

Zum Schluss noch ein letzter Tipp: Durch eine Zufriedenheitsgarantie nehmen Sie Ihren Klienten das Risiko ab, und erhöhen damit die Wahrscheinlichkeit, mehr Klienten beim Seminar begrüßen zu dürfen.

[mobile Version](#)

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