

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](#)

[Themen](#) » [Honorargestaltung](#)

## Ihre Kanzlei ist Ihre Klientenliste!

Ein klares Dienstleistungsangebot als Erfolgsfaktor

Dieser Titel sollte Sie aufrütteln. Bei meinen Vorträgen kann ich nicht oft genug betonen, dass dem genau so ist: Ihre Kanzlei ist Ihre Klientenliste!

Wenn Sie den Wert Ihrer Kanzlei erhöhen wollen, dann müssen Sie nur Ihre Klientenstruktur verbessern. Das ist zwar simpel, aber es ist nicht einfach.

Ein simples - aber nicht einfaches - Schritt-für-Schritt-Programm soll Ihnen dabei helfen:

1. Führen Sie eine ABC-Analyse Ihrer Klienten durch: Dabei ist aber nicht nur der Umsatz und/oder der Deckungsbeitrag des Klienten massgeblich für die Zuordnung als A-, B- oder C-Klient. Es gibt eine Reihe weiterer Kriterien: Das Wachstumspotenzial des Klienten, das Zahlungsverhalten, der Faktor menschliche Chemie, die Weiterempfehlungsquote, die Branche, u.a. (siehe dazu auch [Klientenbeziehungen](#)).
2. Identifizieren Sie Ihre D-Klienten: Meist können Sie das sogar, bevor Sie eine vollständige ABC-Analyse gemacht haben. D-Klienten sind alle diejenigen Klienten, die bei sämtlichen Kriterien durchfallen. Ganz einfach gesagt, sind es die Klienten, bei denen Sie nichts verdienen, die immer lästig sind, die nie auf Sie hören, die nie das Honorar pünktlich bezahlen, die sich immer wieder über das Honorar beschweren, usw. Am besten ist es, wenn Sie jetzt gleich diese Klienten auf einem Blatt Papier notieren.
3. Kündigen Sie die D-Klienten. Über das Wie werde ich weiter unten noch mehr schreiben. Wichtig ist fürs Erste nur Ihr Entschluss, diese Klienten zu kündigen. Falls Sie glauben, keine D-Klienten zu haben, dann fragen Sie Ihre Mitarbeiter.
4. Verwenden Sie die durch die Kündigung der D-Klienten gewonnenen Zeit für Kanzleientwicklung und A-Klienten-Betreuung.

Um Ihnen noch die letzten Hürden für diese einfachen aber entscheidenden Massnahmen der Kanzleientwicklung aus dem Weg zu räumen, möchte ich Ihnen Wege zeigen, wie Sie D-Klienten kündigen können.

Als erste Variante bietet sich an, die D-Klienten "hinaus zu fakturieren". D.h. also, das Honorar so lange zu erhöhen, bis sie von selbst gehen. Das mag im einen oder anderen Fall funktionieren. Sollte ein D-Klient trotz des hohen Honorars immer noch bleiben, können Sie das als Schmerzensgeld betrachten.

Als zweite Variante, die ich langfristig als die bessere betrachte, bietet sich an, die D-Klienten an einen Kollegen bzw. eine Kollegin weiterzugeben. Am ehesten kommt dafür ein junger Steuerberater in Frage, der erst vor kurzem seine Kanzlei eröffnet hat. Sprechen Sie offen mit ihm/ihr. Erzählen Sie von allen Tücken des Klienten und fragen Sie ihn, ob er/sie Interesse an diesem Klienten hat. In den meisten Fällen wird das Interesse vorhanden sein. Daraufhin sprechen Sie mit Ihrem D-Klienten und empfehlen ihm den Steuerberaterwechsel. Wichtig ist dabei nur, dass Sie betonen, dass Sie ein Problem haben: Und zwar das Gefühl, nichts mehr für ihn tun zu können.

Diese Gespräche sind nicht leicht. Sie bedeuten aber sehr viel für Ihre Kanzleientwicklung. Gelingt es Ihnen, Ihre D-Klienten zu kündigen, hat das vielfältige Auswirkungen auf Ihre Kanzlei:

- Sie haben mehr Zeit für Kanzleientwicklung.
- Sie haben mehr Zeit für die Betreuung von A-Klienten.
- Sie vermeiden den Effekt, dass "schlechte" Klienten weitere "schlechte" Klienten anziehen.
- Sie erreichen eine höhere Motivation Ihrer Mitarbeiter, denn diese werden regelrecht aufatmen, wenn sie erfahren, dass sie sich nicht mehr um die D-Klienten kümmern müssen.
- Sie erzielen einen höheren Gewinn in Ihrer Kanzlei.
- Sie erhöhen den Kanzleiwert.

Wenn Sie immer noch zweifeln und z.B. Gedanken hegen wie "das kann ich bei uns in der Stadt nicht machen" oder "das ist doch nicht sozial", dann kann ich Ihnen darauf zwei Antworten anbieten:

1. Vertrauen Sie darauf, dass die Menschen/Klienten in Ihrer Umgebung erkennen werden, dass Sie sich um erfolgreiche Unternehmen kümmern wollen (D-Klienten sind in 99 % der Fälle ertrags- und kapitalschwache Unternehmen).
2. Falls Sie aus sozialen Motiven gewisse Klienten weiter betreuen wollen, dann machen Sie es wie die eine oder andere amerikanische Rechtsanwaltskanzlei: Betrachten Sie diese Klienten als "Pro-Bono-Fälle". Betreuen Sie diese Klienten um der guten Sache willen. Verrechnen Sie kein Honorar und beschweren Sie sich nicht über diesen Umstand.

Noch ein letzter Tipp: Bereinigen Sie Ihre Klientenliste mindestens einmal jährlich. Befreien Sie sich - bitte verzeihen Sie den Ausdruck - vom "Bodensatz". Kündigen Sie regelmässig Ihre allerschlechtesten Klienten. Es kommen mit 100-%-iger Sicherheit neue und bessere nach.

Wie gross die Auswirkung dieser Vorschläge auf das Ergebnis Ihrer Kanzlei sein kann, können Sie sofort berechnen: Honorare und Preise - um wieviel geht es?

Falls Sie noch mehr zu diesem Thema wissen möchten, dann kann ich Ihnen mein Seminar "[Klientenorientierte Honorargestaltung](#)" anbieten.

[mobile Version](#)

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