

»Erst Wettbewerb macht richtig stark«

Dieter Lutz zählt zu den leidenschaftlichsten Verfechtern des Servicegedankens und des Qualitätsmanagements für Freiberufler. Der Wirtschaftsprüfer und Steueranwalt aus Kehl bei Straßburg ist zugleich Präsident des Berater-Netzwerks ERC Euro-Regio-Consult. Zweck des Netzwerks: Entwicklung von Marketingkonzepten und Qualitätssystemen für Steuerberater und Wirtschaftsprüfer.

impulse: Herr Lutz, bekommen die Anwälte und Steuerberater jetzt zu spüren, was echter Wettbewerb ist?

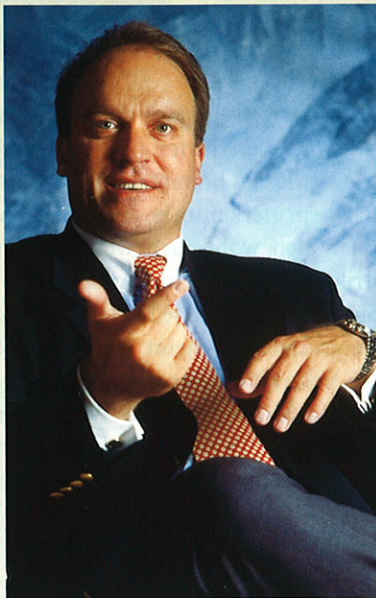
LUTZ: Das kann man so sagen. Beide Berufsgruppen haben einen bislang beispiellosen Konkurrenzkampf vor sich, ebenso die Wirtschaftsprüfer.

impulse: Eine Folge des liberalisierten Werberechts?

LUTZ: Von einigen Standesvertretern wird dies sicher so gesehen. Ich bin da aber ganz anderer Meinung: Den Steuerberatern brechen angestammte Geschäftsfelder weg, vor allem im Bereich der sogenannten Deklarationsberatung, zum Beispiel Vermögensteuer, Finanz- und Lohnbuchhaltung.

impulse: Also brauchen die Berater dringend neue Beratungsfelder?

LUTZ: Das ist genau der Punkt. Voraussetzungen dafür sind eine interne Organisation der Kanzleien, die konsequent auf die Bedürfnisse der



Kunden zugeschnitten ist und eine professionelle Marketingstrategie. Dies beides bietet vor allem den mittelständischen Kanzleien die Chance, sich Mandanten mit einem unverwechselbaren Profil zu präsentieren.

impulse: Für viele Freiberufler eine eher ungewohnte Überlegung.

LUTZ: Richtig. Der Wettbewerbsdruck trifft die meisten Kanzleien völlig unvorbereitet. Ihnen fehlen die dicken Akquisitionsmuskeln, mit denen etwa die Unternehmens- und Vermögensberater seit jeher arbeiten. Da gibt es gewaltigen Nachholbedarf bei den Freiberuflern.

impulse: Was zeichnet den kundenorientierten Steuerberater aus?

LUTZ: Die Unternehmer erwarten alle Dienstleistungen aus einer Hand, und zwar am liebsten von ihrem Steuerberater. Bei ihm suchen mehr als 50 Prozent der Firmenchefs auch Unternehmens-, Vermögens- und Rechtsberatung. Um diese Wünsche zu erfüllen, muß sich der Steuerberater festen Netzwerken mit Vertretern anderer Schwerpunkte und Disziplinen anschließen. So bleibt er selbstständig, kann seinem Mandanten aber für jedes denkbare Problem kompetente Hilfe vermitteln.

impulse: Lassen sich ihre Prognosen im Prinzip auch auf die Anwälte und Wirtschaftsprüfer übertragen?

LUTZ: Ja. Bei den WPs haben die internationalen Gesellschaften einen aus meiner Sicht absurden Preiskampf angezettelt. So wollen sie über die Prüfungsmandate an das eigentliche lukrative Geschäft kommen, nämlich die Unternehmensberatung für Mittelständler. Und der Anwaltsmarkt ist schon heute mehr als gesättigt. Weitere 200 000 angehende Juristen drängen nach.

impulse: Was empfehlen Sie?

LUTZ: Für beide Berufsgruppen gilt: Qualitätsmanagement einführen, Kundenorientierung leben, miteinander kooperieren – und erst dann die Werbetrommel rühren.

Grenzen zu setzen. Dies zeigt der Fall eines Steuerberaters im Münsterland, der seine Praxis nach der Qualitätsnorm DIN ISO 9001 hatte zertifizieren lassen. Als er dies per Zeitungsinserat bekanntmachte, erntete er dafür von der Kammer Westfalen-Lippe prompt eine Rüge. Kommentar des Freiburger Rechtsanwalts und Berufsrechtsexperten Dr. Michael Kleine-Cosack: »Das Verhalten des Steuerberaters ist berufsrechtlich nicht einmal ansatzweise zu beanstanden.«

Einen Vermittlungskurs fährt Arno Metzler, Hauptgeschäftsführer des

Bundesverbands der Freien Berufe. Die Entwicklung trage den Bedürfnissen des modernen Wirtschaftslebens und der Informationsgesellschaft Rechnung, glaubt der Verbandschef. Dennoch müsse es für Freiberufler besondere Regeln geben. Metzler: »Würde man etwa die Ärzte in die Gewinnmaximierung entlassen, läge dies kaum im Interesse der Patienten.«

Gleichwohl zeichnet sich sogar bei den Medizinern eine vorsichtige Liberalisierung ab, etwa mit der Möglichkeit, auf Praxisschild und Brief-

bogen nähere Angaben zum Behandlungsangebot zu machen. Was die Doktoren unter erlaubter sachlicher Information verstehen, liest sich jedoch wenig ermutigend: Abgesehen von Niederlassung und Zulassung dürfen die Ärzte nur Schließung oder Übergabe, längere Abwesenheit oder Krankheit, neue Adresse, Telefonnummer oder Sprechzeiten bekanntgeben. Und dies nur in der Zeitung. Präzise Vorgaben finden sich auch zum Praxisschild: Es darf das übliche Maß von 35 mal 50 Zentimetern nicht überschreiten. CARSTEN PRUDENT