



Unabhängig.
Zuverlässig.
Vorausschauend.



„Steuerberater“ – Die gemeinsame neue Marke der berufsständischen Organisationen

Zunehmende Digitalisierung und der demografische Wandel sind die zentralen Herausforderungen für den Berufsstand - dies legte die BStBK im Zuge ihrer Zukunftsinitiative „Steuerberatung 2020“ fest. Doch auch wenn Kanzleien sich als attraktive Problemlöser und Arbeitgeber positionieren und sich dadurch zukunftsfähiger aufstellen, reicht dies nach Einschätzung der Experten allein nicht aus. Denn selbst das größte Engagement hat nicht den erwünschten Effekt, wenn die breite Öffentlichkeit nichts oder nur wenig von dem umfassenden Portfolio des Steuerberaters und seinem krisensicheren Tätigkeitsfeld weiß.

Dieser Herausforderung wollen sich die berufsständischen Organisationen gemeinsam stellen. Neben verschiedenen berufspolitischen Initiativen ist hierzu auch ein abgestimmtes Imagekonzept unerlässlich, in dessen Mittelpunkt eine Wort-Bild-Marke steht. Die neue Marke dient dazu, der Zielgruppe ein einheitliches Marken- und Qualitätsversprechen der Steuerberatung zu vermitteln. Sie richtet sich vorwiegend an die breite Öffentlichkeit, (potentielle) Mandanten und (potentielle) neue Mitarbeiter.

Bei der Entwicklung der Marke flossen zahlreiche interne Erhebungen zur Bekanntheit und dem Image des Berufsstandes ebenso mit ein wie Mandantenbefragungen und andere demoskopische Untersuchungen. Im Kreativprozess wurden die verschiedenen Kernwerte des steuerberatenden Berufs erarbeitet und priorisiert. So wurde auch die Rolle des Steuerberaters bei der zunehmenden Digitalisierung des Besteuerungsverfahrens miteinbezogen. Aus all diesen Diskussionen und Gedankengängen ist folgender Markenkern entstanden: „Wir Steuerberater üben unseren Beruf unabhängig, zuverlässig und vorausschauend aus. Durch die gesetzlich geschützte Verschwiegenheit, unsere staatlich geprüfte Kompetenz und die langjährige detaillierte Kenntnis der wirtschaftlichen und persönlichen Verhältnisse unserer Mandanten haben wir eine besondere Vertrauensstellung. Darauf basierend beraten und vertreten wir unsere Mandanten partnerschaftlich in allen steuerlichen und wirtschaftlichen Angelegenheiten.“

Als attraktiver Arbeitgeber unterstützen wir mit unseren kompetenten Mitarbeitern bei der Analyse komplexer Aufgaben, bei unternehmerischen Entscheidungen und deren Umsetzung. Wir sind Wegbereiter der Digitalisierung bei betrieblichen Prozessen und gestalten Zukunft.“

Auf Basis dieses Markenkerns entwickelte eine Werbeagentur verschiedene Kreativvorschläge zur Gestaltung der Marke. Der dargestellte Entwurf setzte sich wegen seines auffallenden und dabei

gleichzeitig zeitlosen Designs durch. Der Claim vermittelt der Zielgruppe die zentralen Kernwerte des Berufsstandes überzeugend und steht dabei im Einklang mit den drei Farbkreisen, die in Primärfarben gehalten sind. Die Bundessteuerberaterkammer brachte sich dabei ebenso mit ihrer Hausfarbe ein, wie der Deutsche Steuerberaterverband. Im Zentrum des Gestaltungselementes steht eine Sprechblase. Sie symbolisiert die dialogische Interaktion mit dem Mandanten, wie sie dem steuerberatenden Beruf immanent ist. Der Claim besteht aus dem Dreiklang: „Unabhängig, Zuverlässig, Vorausschauend.“ und endet mit dem Qualitätsversprechen „Ihr Steuerberater“, das die Zielgruppe direkt adressiert.

Der Einsatz der Wort-Bild-Marke wird künftig durch redaktionelle Arbeit begleitet, die auf dem neu entwickelten Markenkern basiert. Neben den Mitgliedern der Steuerberaterkammern sollen ausschließlich Organisationen mit berufsständischer Zielsetzung die Marke für den Einsatz auf Geschäftspapieren, Kanzleiwebsites u.ä. nutzen. Damit sie den Berufsträgern kostenlos zur Verfügung steht, hat die Bundessteuerberaterkammer die Steuerberaterkammern mit entsprechenden Materialien ausgestattet. Es ist geplant, dass weitere Materialien folgen und auch BStBK-Publikationen künftig mit der neuen Marke ausgestattet sind. Der Nutzerkreis der Marke „Steuerberater“ wird per eigens erstellter Satzung der BStBK und Eintrag beim Deutschen Marken- und Patentamt geregelt. Abgesehen von in Deutschland ansässigen Berufsträgern und Steuerberaterkammern dürfen Interessierte die Marke erst nach ausdrücklicher Genehmigung durch die Bundessteuerberaterkammer verwenden.

Das Logo der neuen Marke haben wir dieser E-Mail als Anhang beigefügt und würden uns über vielfältigen Einsatz in Ihren Print- und Webmedien freuen.

Kiel, 07.07.2017

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Boris Kurczinski', written in a cursive style.

Boris Kurczinski
Präsident