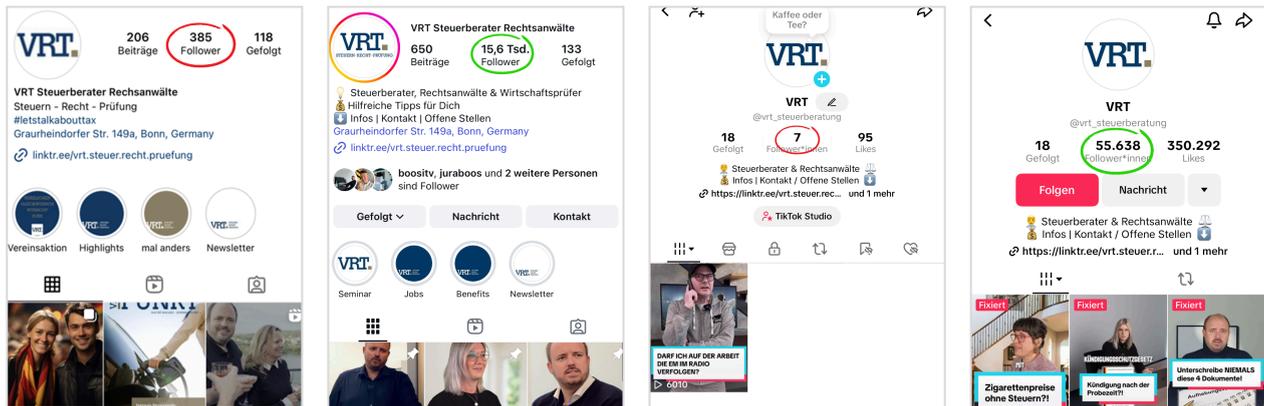


Case Study: VRT Steuerberater & Rechtsanwälte

Von NUR 385 Followern zur größten Steuerkanzlei auf Social Media!



Kurze Einleitung, damit Du weißt was dich konkret erwartet:

1. In dieser Case Study werde ich Dir zeigen, wie wir die VRT Linzbach, Löcherbach & Partner mbB zur **größten und einflussreichsten Steuerberater- und Rechtsanwaltskanzlei auf Social Media** gemacht haben.
2. Welche **exakten Schritte** hierfür nötig waren und wie wir sie in der Praxis umgesetzt haben.
3. Welche **Ziele** wir eingangs definiert und in der fortlaufenden Zusammenarbeit erreicht haben.
4. Und wie auch Du es schaffst, Dich und **Dein Unternehmen als Branchenprimus** auf Social Media zu etablieren.

Bevor wir rein starten kurz zu mir, damit du weißt wem du gerade deine sicherlich knappe Zeit schenkst:

1. Ich bin Yannick Boos, 30 Jahre, wohne in der schönsten Stadt in NRW, also offensichtlich in Düsseldorf, ich bin **Jurist & Marketer**. Und aufgrund dieser einzigartigen Kombination aus meiner juristischen Ausbildung und meiner

Marketing-Expertise nennen mich Brancheninsider den “**Harvey Specter der Marketing Szene**”.

2. Ich bin einer der Founder und Geschäftsführer von Social Seed und unter anderem maßgeblich für den **Aufbau organischer Reichweiten** bei unseren Kunden zuständig.
3. Warum kann ich das? Ich habe mir in den vergangenen 3 Jahren selbst eine Reichweite von knapp **700.000 Followern** aufgebaut. Noch während meines Studiums habe ich begonnen, juristische Kurzvideos auf Social Media zu veröffentlichen. Ich bin dann relativ schnell so groß geworden, dass es sich nicht mehr gelohnt hat aufzuhören und deswegen bin ich heute **einer der 5 größten Legal-Influencer** in der DACH-Region.

Aber genug zu mir. Lass uns rein starten mit unserer heutigen Kundenvorstellung, die es - so viel kann ich versprechen - wirklich in sich hat!

Kundenvorstellung inkl. Zielsetzung & Ausgangslage

Vorstellung:

Die VRT ist eine **Steuer-und Rechtsanwaltskanzlei** mit Hauptsitz in Bonn und 8 weiteren Standorten, quer verteilt durchs gesamte Rheinland und durch die aktuellen Expansionspläne wurde vor kurzem auch der erste Standort in Süddeutschland eröffnet. Das schafft die VRT natürlich nur, weil sie es durch ein modernes und effizientes Marketing geschafft hat, **hart umkämpfte Fachkräfte** und fortlaufend **neue Mandate** für sich zu gewinnen, indem sie authentische Einblicke in den Kanzleialltag gibt und zudem den **Mehrwert und die USP's** der eigenen Dienstleistung (Steuer- und Rechtsberatung) nach außen kommuniziert. Dazu kommt dann natürlich noch ein absurd gutes Fulfillment für die Mandanten - da spreche ich aus eigener Erfahrung, weil ich sowohl “privat” als auch mit unserer GmbH Mandant bin - und die no joke beste Arbeitsatmosphäre, die ich bislang in einer Kanzlei erlebt habe und durch meinen juristischen Hintergrund habe ich schon Einblicke in einige Kanzleien bekommen.

Zielsetzung:

Die Zielsetzung bestand im Wesentlichen aus **zwei Bausteinen**.

Zum einen hatte die VRT - wie fast jede Steuer- und Rechtsanwaltskanzlei - ein **akutes Recruiting Problem**. Insbesondere Stellen wie die der Rechtsanwalts- und Steuerfachangestellten sind für einen reibungslosen Kanzleialltag elementar, das "Angebot" auf dem Bewerbermarkt ist aber sehr gering. Darüber hinaus muss auch regelmäßig hochqualifiziertes Personal in Form von Steuerberatern, Rechtsanwälten und Wirtschaftsprüfern gewonnen werden. Das schafft man heutzutage - in einer Zeit, in der sich der Arbeitgebermarkt in einen Arbeitnehmermarkt verwandelt hat - nur noch mit einem einzigartigen Employer Branding und medialer Sichtbarkeit in der Bewerber-Zielgruppe. Jeder potentielle Bewerber im Rheinland, der die Voraussetzungen für eine Anstellung objektiv erfüllt, muss die VRT kennen.

Zum anderen steht offensichtlich die **konstante Gewinnung neuer Mandate** im Fokus. Und auch dafür braucht es ein funktionierendes Social Media Marketing. Warum sollen Privatleute, Selbständige, Unternehmer & Großkonzerne zur VRT kommen und nicht woanders hingehen? Das muss erklärt und begründet werden. Was sind die USPs von Vrt, was macht Ihre Dienstleistung aus und was unterscheidet Sie von den Wettbewerbern? Auch hier war es von Anfang an Ziel, für die Kerndienstleistungen von VRT - Steuerberatung, Rechtsberatung und Wirtschaftsprüfung - unumstößliche Assoziationen bei der Zielgruppe zu schaffen. Wenn jemand an Steuern, Gesellschaftsrecht und Bilanzprüfung denkt - dann soll er an VRT denken.

Ausgangslage:

Die VRT hatte de facto **keine Social Media Präsenz** und nur ein rudimentäres Marketing. Das Employer Branding war auf eine Karriereseite und ein paar äußerst schwache Werbeanzeigen beschränkt. D.h. **keinerlei Bekanntheit auf dem Arbeitnehmermarkt** und daher auch keinerlei Assoziation möglicher Bewerber mit Unternehmen VRT als möglicher zukünftiger Arbeitgeber.

Ganz kleiner Einschub: Seit ca. 6 Monaten verantworten wir das gesamte Recruiting-Projekt der VRT über bezahlte Werbeanzeigen auf Meta, LinkedIn und Google.

Das Projekt ist aber bei der Größenordnung derart umfangreich, dass wir sehr zeitnah dazu ein separates Video inkl. Dokument erstellen werden. Vorab kann ich aber schon mal sagen:

Das Recruiting Problem der VRT ist durch unsere Full-Service-Arbeit final gelöst.

Unser Approach zur Zielerreichung

VRT beschäftigt standortübergreifend über 350 Mitarbeiter und muss **jedes Jahr ca. 60-70 neue Mitarbeiter** einstellen. In dieser Größenordnung ist das mit herkömmlichen Employer Branding in Form einer Karriereseite und einem Facebook Post im Monat nicht darstellbar. Die Kernaufgabe bestand also darin, die VRT über organisches Social Media Marketing als DEN Arbeitgeber in der Steuer- und Rechtsbranche im Rheinland zu etablieren. Wenn jemand in dieser Branche an einen Jobwechsel denkt, dann muss er an die VRT denken.

Da der Wettbewerb groß ist, bestand die Herausforderung für uns in der Entwicklung eines **einzigartigen Employer Brandings**, das sich nicht in dasselbe 0815-Schema der anderen Kanzleien einreicht. Das ist offensichtlich nicht so trivial.

Was ist das Problem von 98% der Kanzleien? Sie wirken altmodisch, konservativ und wenig fortschrittlich. Festgefahrene Strukturen, "alte" Mitarbeiter ohne Zukunftsvision und hässliche Büros. Man will dort einfach nicht arbeiten.

Nicht ganz so dramatisch, aber für die Wachstumspläne der VRT dennoch elementar ist das Thema **Neumandate**. Auch hier ging es darum, für bestimmte Dienstleistungen mehr Sichtbarkeit zu erzeugen und insbesondere im Rahmen der Eröffnung neuer Standorte frühzeitig Mandate zu gewinnen.

Ein zweiter kleiner Einschub: Die VRT hat vor kurzem einen **neuen Standort** in Füssen am Bodensee - und damit den ersten Standort in Süddeutschland - eröffnet. Um die Kanzlei dort direkt als regionalen Marktführer zu etablieren, haben wir die Standorteröffnung frühzeitig in unsere **Marketingstrategie** eingeplant und mit

entsprechenden Werbeanzeigen zur Mandatsgewinnung unterstützt. Dazu gibt es dann in den kommenden Wochen aber ein separates Video, der Case ist - im Hinblick auf die Herangehensweise und die erzielten Ergebnisse - so spannend, dass wir den kompletten Prozess in einem eigenen Video darstellen werden.

Wir haben beim Thema Mandatsgewinnung, allgemeinem Branding und der Reichweitensteigerung von Anfang an auf unser **Social Seed Edutainment Content Framework** gesetzt. Was es genau damit auf sich hat und wieso genau dieser Ansatz immer wieder absurd gute Ergebnisse liefert, erkläre ich gleich ausführlich.

Step 1: Kick-Off & Entwicklung einer Content-Strategie und Konzeptionierung von möglichen Inhalten anhand der festgelegten Ziele

- Im initialen Kick-Off Termin vor Ort in den Räumlichkeiten der Kanzlei haben wir gemeinsam mit den Verantwortlichen - also den geschäftsführenden Partnern aus den jeweiligen Bereichen - die **gemeinsame Zielsetzung** definiert und eine **dezidierte Roadmap** für die kommenden Monate aufgezeichnet. Der Prozess ist hier dreischrittig. Zielfestlegung, Gameplan aufstellen, Execution. Dabei besteht der Gameplan insbesondere aus der Festlegung auf die relevanten Content-Inhalte & Formate.
- Für uns war - aus empirischer Erfahrung - relativ schnell klar, dass wir auch in diesem Projekt unser **Trademark Edutainment Content System** anwenden müssen. Die Kombination aus Educational - also bildendem - und Entertainment - also unterhaltendem - Content ist **mit Abstand am besten geeignet**, um über Wissensverbreitung Vertrauen, Glaubwürdigkeit und Kompetenz zu vermitteln und parallel durch die Einbindung von unterhaltenden Formaten, ein modernes und einladendes (Employer-)Branding zu betreiben. Und damit Du als Zuschauer auch konkret nachvollziehen kannst, wie sowas dann im Ergebnis aussieht, schauen wir uns gleich einfach mal zwei Videos an, die wir nach genau diesen Maßstäben für VRT produziert haben.

Step 2: Onboarding des Kunden in die Ordner- und Feedbackstruktur & Erstellung der Skripte für den ersten Drehtag

- Um maximale Effizienz und Transparenz zu ermöglichen, haben wir für jedes unserer Kundenprojekte eine **festen Ordner- und Feedbackstruktur**. Damit es sowohl für unsere Kunden, als auch für uns intern übersichtlich ist, folgt diese Struktur immer demselben Muster.
- Über eine **Content-Planungstabelle** wird nicht nur der gesamte Content tagesgenau geplant und terminiert, sondern die Tabelle dient zeitgleich auch als **Feedback-Tabelle**. Jedes einzelne Skript landet mit Titel und direkter Verlinkung in dieser Tabelle.
- Jeder Kunde bekommt **10 Tage vor dem kommenden Dreh-Termin** sämtliche Skripte zur Verfügung gestellt. Diese landen dann in der Tabelle und werden zum Feedback freigegeben. Der Kunde erhält die Möglichkeit, für jedes einzelne Skript **individuelles Feedback** zu geben. Dieses arbeiten wir dann rechtzeitig ein, sodass für den Dreh alle Skripte in ihrer finalen Version sind.
Ps.: Eine interne Auswertung hat ergeben, dass **93% der Skripte kein Feedback** vom Kunden benötigen, da wir bereits im Vorfeld bei der Erstellung der Skripte mit höchster sprachlicher und fachlicher Sorgfalt und Qualität arbeiten.

Step 3: Sourcing der Darsteller & Kulissen, Dreh vor Ort & Post Production

- Eine unserer wichtigsten Aufgaben im Vorfeld der Content-Production besteht zudem in der **Auswahl der Darsteller**, die vor die Kamera treten werden. Es ist klar, dass nicht jeder gleich gut für die Rolle vor der Kamera geeignet ist. Was wir aber immer wieder bestätigen können: JEDES Unternehmen verfügt über Mitarbeiter, die sich ideal als Darsteller für organischen Social Media Content eignen. Dabei spielen Alter und Geschlecht tatsächlich nur eine untergeordnete Rolle. Viel wichtiger sind Fähigkeiten wie ein sauberer Redefluss, ein Talent für Mimik, Gestik und Intonation, sowie eine empathische und offene Kommunikationsweise. Als **Faustregel** lässt sich festhalten: Wer gut Smalltalk und offene Gespräche führen kann und unter Kollegen beliebt ist, ist für die Rolle der Kamera in aller Regel prädestiniert. Anhand dieser und weiterer Kriterien haben wir beim ersten Dreh ca. sechs Darstellerinnen und Darsteller aus der VRT Belegschaft ausgewählt. Diese Zusammensetzung hat bis heute Bestand.

Selbiges gilt für die Auswahl an Drehkulissen. Ein Teil der Videos wird vor einem Greenscreen produziert, da uns das im Info-Content Bereich enorm viele Möglichkeiten in der Post-Production gibt, um bspw. Animationen, Grafiken o.ä. einzubauen.

Der andere Teil findet in den Büroräumlichkeiten der VRT statt, es handelt sich dabei um klassische "Büro-Szenen" aus dem Arbeitsalltag. Der Fokus liegt hier auf einer nativen Darstellung verschiedener - insb. arbeitsrechtlicher - Themen.

Wie ich bereits oben angesprochen habe, haben in den letzten Jahren den sog. **Edutainment-Content geprägt und etabliert**. Da wir diese Content Form nochmal in einem separaten Video enthüllen und erklären werden, an der Stelle nur eine kurze Zusammenfassung, damit Du ein erstes Verständnis davon bekommst, was unseren Trademark Content so besonders macht.

Im Wesentlichen besteht der Video-Content aus unterhaltenden und bildenden Inhalten, die wir in einem nativen Kontext - überwiegend im Dialog Format - abbilden. Dabei besteht die Kunst im Kern darin, eigentlich "trockene" Themen, wie Steuern, Finanzen & Recht in ein Social Media gerechtes Gewand zu verpacken und die Wissensvermittlung eher "nebenbei" stattfinden zu lassen.

Wie das im Ergebnis aussieht, kannst Du Dir gerne auf den **Social Media Kanälen der VRT** ansehen.

Anbei der Link zum TikTok-Account der VRT:

https://www.tiktok.com/@vrt_steuerberatung

- Beim monatlichen Dreh vor Ort sind wir mit einem **Videografen**, sowie einem **Regieführer** vertreten. Wir bringen selbstverständlich sämtliches erforderliches **Top-Notch Equipment** mit. Kamera, Stative, Studiolichter, Mikrofone, einen portablen Greenscreen und ggf. Filmrequisiten. Aufgrund der perfekten

Vorbereitung der Skripte, ist der Dreh von **20-25 Videos** in der Regel in drei bis vier Stunden erledigt.

- In der Post Production verwandelt unser **Team an Cuttern** dann das Rohmaterial in viralen Content. Dabei lassen wir den Jungs und Mädels weitestgehend freie Hand, um den **kreativen Prozess** nicht einzuschränken. Natürlich haben wir feste - im Vorhinein mit dem Kunden abgestimmte - Guidelines und eine feste Designsprache inkl. entsprechender Logos, Schriftarten, Fonts, Farben etc., innerhalb dieses Rahmen dürfen sich unsere Cutter allerdings frei bewegen und kreativ ausleben und die Ergebnisse zeigen, dass diese Arbeitsweise ideal funktioniert.

Step 4: Monatliche Iteration der Arbeitsschritte & Content Produktion

- Die vorgenannten **Arbeitsschritte iterieren** wir dann genau so monatlich durch. Heißt konkret: Jeden Monat - auf den Kunden und seine individuellen Ziele und Bedürfnisse abgestimmte - Skripte, die dann mit entsprechendem Vorlauf und Möglichkeit für Feedback an einem fest terminierten Drehtag abgefilmt und anschließend durch produziert werden. Das Ganze läuft wie ein **Schweizer Uhrwerk** und liefert jeden Monat planbare Top-Ergebnisse.

Step 5: Monatliches Reporting anhand der KPIs inkl. fixer Review Calls, fortlaufende Optimierung des Contents & kontinuierliche Adaption an Algorithmus- und Trendentwicklungen

- Da wir sehr data-driven und zahlenbasiert arbeiten und alle KPIs tracken, die uns die verschiedenen Plattformen zur Verfügung stellen, erstellen wir fortlaufend ein monatliches KPI Review, das wir selbstverständlich auch dem Kunden zur Verfügung stellen und in einem Jour Fix gemeinsam reviewen.
- Das dezidierte Tracking liefert aber natürlich nur dann Mehrwert, wenn wir uns die Daten im Detail anschauen und entsprechende Ableitungen und Learnings generieren. Dazu schauen wir uns also nicht nur die "oberflächlichen" KPIs wie Followerwachstum, Views & Reichweiten an, sondern gehen im Detail auf einzelne Content-Pieces ein, um zu evaluieren, welche Inhalten und Formate bei der Zielgruppe am besten ankommen und ob ggf. Anpassungen nötig sind oder wir den Fokus evtl. auf besondere Top-Performer Inhalter shiften sollten.

- Ein noch grundlegenderer Aspekt sind allgemeine Algorithmus- und Trendentwicklungen, die es konstant zu beobachten gilt. Da nicht nur ich, sondern auch Luca selber täglich Content veröffentlichen - und wir übrigens darüber hinaus auch Mitarbeiter mit hunderttausenden Followern im Team haben - sind wir immer als Erste über Änderungen informiert. Social Media fließt einfach durch unsere Blutbahn und genau davon profitieren unsere Kunden. Jeder, der mit uns zusammenarbeitet kann sich sicher sein: Wenn der "neueste Shit" auf den Markt kommt - dann implementieren wir ihn umgehend in der Strategie und im Content unserer Kunden.

Das Ergebnis?

Die VRT ist heute de facto die größte Steuerkanzlei auf Social Media in ganz Deutschland. Es laufen fließbandartig Bewerbungen ein und die VRT ist mittlerweile in der Position, sich die neuen Mandate aussuchen zu können und ich glaube wir sind uns einig, dass das schon eine ganz geile Situation für ein Unternehmen in der Dienstleistungsbranche ist.

Die "harten" Zahlen, Daten & Fakten

- von 385 auf über **82.000 Follower plattformübergreifend** (absurde Steigerung um 21.200% - nein das ist kein Schreibfehler)
- Wir erzielen im Durchschnitt **1.160.000 Views pro Monat**
- Wir erreichen im Durchschnitt **850.000 Menschen pro Monat**

Die "soften" Ergebnisse

Die VRT wird endlich **als der attraktive Arbeitgeber wahrgenommen**, der er schon lange war. Es wusste nur fast niemand davon, weil keine darauf abzielende Kommunikation nach außen vorhanden war. Mittlerweile verzeichnen wir regelmäßig "organische" Bewerbungen von Anwälten, Steuerberatern, ReFas und weiterem Fachpersonal, die über Social Media auf die VRT aufmerksam wurden und sich im Zuge dessen bewerben. Das **Feedback** in den Bewerbungsgesprächen ist überragend.

Sätze wie "Ihr seid einfach nicht so eine staubtrockene Kanzlei, sondern offensichtlich ein total lustiger, moderner und vor allem attraktiver Arbeitgeber, das merkt man in euren Videos halt sofort", sind mittlerweile regelmäßiger Begleiter im Kennenlerngespräch.

Das geht so weit, dass sogar der **Business Insider** auf VRT zugekommen ist, um einen **Artikel** darüber zu verfassen, wie es die Kanzlei über Social Media geschafft hat, ihr Mitarbeiter Problem zu lösen.

Wer das nachlesen will, here you go:

<https://www.businessinsider.de/wirtschaft/frueher-mitarbeitemangel-so-loeste-diese-kanzlei-das-problem/>

Genau so überragendes Feedback liefern auch die zahlreichen **neuen Mandate**, die über Instagram, TikTok und YouTube auf die VRT aufmerksam geworden sind und ihre steuerlichen und rechtlichen Anliegen nun von den erfahrenen Anwälten und Steuerberatern der VRT regeln lassen.

Fun Fact: Bastian und Uwe (zwei der Partner und ebenfalls seit Tag 1 Darsteller in den Videos) werden in ihrem Wohnort mittlerweile regelmäßig erkannt und auf die Videos angesprochen. Ob beim Bäcker, in der Kneipe oder beim letzten Arztbesuch.

Was kannst du hieraus für dich mitnehmen?

1. Wenn Du nicht willst, dass Dir die Konkurrenz den Rang ablauft und Du Dich auch **weiterhin am Markt behaupten** willst, dann kannst Du um Social Media Marketing keinen Bogen machen. Und zwar unabhängig davon, ob Du neue Kunden oder neue Mitarbeiter suchst.
2. Es bringt nichts, das beste Angebot zu haben oder der attraktivste Arbeitgeber zu SEIN - die Leute müssen es auch WAHRNEHMEN. Menschen kaufen nicht das beste Produkt oder bewerben sich beim besten Arbeitgeber, sie kaufen das Produkt, von dem sie GLAUBEN, es sei das Beste.
3. Im Info-Content Bereich ist Edutainment Content der **Schlüssel zum Erfolg**.
4. Social Media darf nicht zum Selbstzweck verkommen - es MUSS auf die **übergeordneten Unternehmensziele einzahlen** - viele Follower bringen Dir nichts, wenn Du darüber keine Umsätze erzielt und qualifizierte Fachkräfte wie ein Magnet anziehst.

5. Dieser Erfolg ist planbar - mit den richtigen Methoden und einem **iterativen Produktionsprozess** auf Champions League Niveau.

Ich verlinke Dir dieses Dokument und alle Ressourcen in der Videobeschreibung zu meinem Youtube Video:

▶ Die Marketing Geheimnisse der größten Steuerkanzlei auf Social Media! 🤔

Wenn Du eine Kanzlei hast, habe ich hier ein weiteres spannendes Video für dich!

▶ Wie wir mit dieser hässlichen Winnie Pooh Ad über 1 Mio € Umsatz machen

Aber jetzt erstmal viel Erfolg bei der Umsetzung - Es wird Zeit, durch Social Media dein Marketing zu revolutionieren und den Markt zu dominieren!

Falls du Bock hast, dass wir mal über dein Marketing sprechen oder du Support benötigst, meld dich gerne bei mir! Deinen direkten Kontakt zu mir, findest Du hier → <https://termin.social-seed.de/>

