



## Das ABC der Kanzleigründung – Erfolgreich trotz wachsender Konkurrenz

Anschließend an den Beitrag in Heft 3/2004, S. 120 ff. der sich mit den Arbeitsabläufen, Zeitmanagement, Personaleinsatz und dem Gebührenmanagement befasst hat, und den Beitrag in Heft 6/2004, S. 318 ff. der Sie über den Einsatz von EDV und dem Nutzen von anwaltspezifischer Software informiert hat, wollen wir uns diesmal mit dem Wichtigsten in der Kanzlei, dem Mandanten, befassen.

### Umgang am Telefon

Wenn Sie sich zunächst dafür entscheiden, ohne Personal zu arbeiten, so muss überlegt werden, ob man selbst ans Telefon geht oder einen Büroservice einschaltet.

Welche Wirkung wird erzielt? Hat der Mandant den Anwalt direkt an der Strippe, so kann dies – je nach Zielgruppe - positiv oder negativ wirken.

#### Positiv aus Anwaltsicht:

Sie können direkt mit dem Mandanten abklären, ob eine Mandatsübernahme in Frage kommt.

#### Negativ aus Anwaltsicht:

Eine Unterbrechung durch Telefonate reißt aus der aktuellen Arbeit und kostet Zeit.

Positiv aus Mandantensicht: direkte Kontaktmöglichkeit „ohne Umwege“.

Negativ aus Mandantensicht: Kann sich der Anwalt kein Personal leisten?

Ein Büroservice kann auch temporär genutzt werden, z.B. wenn man „ungestört“ arbeiten möchte, Besprechungen führt oder zu Terminen unterwegs ist. Ein Anrufbeantworter oder die Rufumleitung aufs Handy können zu Mandatsverlusten führen, ein Mensch am Telefon ist immer besser als eine Maschine.

Sofern Sie mit Kollegen zusammen arbeiten, kann Aufteilung eine Alternative sein.

Wenn Sie Personal einsetzen, sollte dieses geschult werden, um Ihnen einen Wettbewerbsvorteil zu verschaffen.



**Wenn der Mandant nicht wäre, könnten wir ungestört und in aller Ruhe arbeiten.**

**Der Mandant**

Diese Auffassung trifft man auch heute noch in vielen Kanzleien an, so bestätigen Mitarbeiter bei Telefonseminaren, dass sie sich häufig durch Telefonate genervt und aus ihrer Arbeit gerissen fühlen. Entsprechend gestresst werden Telefonate geführt und dadurch wird eine wichtige und preisgünstige Marketingmöglichkeit verschenkt.

Dabei ist der erste Eindruck, den der Anrufer am Telefon erhält, entscheidend. Diese Sekunden sind maßgeblich, denn: Für den ersten Eindruck gibt es keine zweite Chance. Der Mandant stört nicht, die Kanzlei ist für ihn da!

„Telefonieren kann doch jeder“, nach diesem Motto werden Möglichkeiten vergeben, sich einen Vorsprung durch das Telefonieren zu verschaffen.

Im Beitrag in Heft 11/2003, S. 547 ff. haben wir uns bereits mit dem Marketing befasst. Zu einem erfolgreichen Marketingkonzept gehört auch das Telefonmarketing in der Kanzlei. Jeder, der in der Kanzlei Telefonate führt, muss sich

der Wichtigkeit des Mediums Telefon bewusst sein. Stellen Sie Grundsätze für Telefonate auf.

Im Gegensatz zu eingehenden Telefonaten können ausgehende Telefonate geplant werden. Bereiten Sie sich auf das Gespräch vor und überlegen Sie, welches Ziel Sie erreichen wollen.

**Checkliste ausgehende Telefonate**

- Wen will ich sprechen?
- Wem kann ich mein Anliegen sonst noch vortragen?
- Wann rufe ich am besten an?
- Wie verläuft das Gespräch?
- Wie viel Zeit muss ich für das Gespräch einplanen?

**Eingehende Telefonate**

Eingehende Telefonate müssen – unabhängig von der Größe der Kanzlei und der Gestaltung der Ablauforganisation – mit oberster Priorität behandelt werden.

**1. Zuständigkeiten festlegen**

Eine klare Zuständigkeits- und Vertretungsregelung ist erforderlich und schafft Verantwortungsbewusstsein bei den Mitarbeitern. Das Telefon darf nicht als Störung empfunden werden, sondern der Mitarbeiter muss die Annahme des Telefons als Aufgabe zur Lösung der Probleme der Anrufer und zur Gewinnung neuer Mandanten sehen. Legen Sie sowohl für kurze Abwesenheiten (Mittagpause, Abwesenheit vom Arbeitsplatz, Feierabend) als auch für längere Abwesenheiten (Urlaub, Krankheit) eine Vertretungsregelung fest.

**2. Einheitliche Meldung am Telefon**

Legen Sie eine einheitliche Meldeformel für die Kanzlei fest. Dies trägt zur Festigung der „Kanzleimarke“ bei.

Beispiel: Tagesgruß, Kanzleiname, Mitarbeitername.

**3. Festlegung von aktiven und passiven Telefonzeiten**

Ein häufiger Kritikpunkt von Mandanten ist die tele-

fonische Erreichbarkeit bzw. Nichterreichbarkeit des Anwalts.

Mit der Festlegung von aktiven und passiven Telefonzeiten, diese können durchaus – angepasst an Ihre Tagesplanung – täglich variieren, schaffen Sie sich Freiräume für ungestörtes Arbeiten und sichern andererseits Ihre telefonische Erreichbarkeit. Planen Sie gemeinsam mit Ihren Mitarbeitern Zeitkorridore für ein- und ausgehende Telefonate ein. Legen Sie fest, wann die Kanzlei telefonisch erreichbar ist. Muss eine Nichterreichbarkeit während der Mittagspause sein oder kann die Pause bei mehreren Mitarbeitern zeitversetzt genommen werden, um immer einen persönlichen Ansprechpartner zu erreichen.

Welche Lösung wird außerhalb der Öffnungszeiten gewählt?

■ **Anrufbeantworter ohne Aufsprechmöglichkeit**

Ein Anrufbeantworter ohne Aufsprechmöglichkeit zeugt nicht von einer serviceorientierten Kanzleiphilosophie.

■ **Anrufbeantworter mit Aufsprechmöglichkeit**

Wenn Sie eine Aufsprechmöglichkeit bieten, dann nicht in der Abwehrhaltung, womöglich noch mit behelfenden Hinweisen „Sie rufen leider außerhalb unserer Bürozeiten an ...“, „In dringenden Fällen sprechen Sie bitte nach dem Signalton“, sondern so einladend, dass der Mandant sich auch wirklich dem Gerät anvertraut, wovon viele Mandanten Scheu haben. Ein Beispiel: „Guten Tag und herzlich willkommen bei der Kanzlei Muster. Zurzeit können wir Sie nicht persönlich begrüßen, bitte hinterlassen Sie uns Ihren Namen und Ihre Rufnummer, wir melden uns umgehend

bei Ihnen. Vielen Dank für Ihren Anruf.“ Grundvoraussetzung ist, dass der Anrufbeantworter regelmäßig abgehört wird und Verantwortlichkeiten für die Erledigung der eingegangenen Nachrichten festgelegt werden.

#### ■ Service rund um die Uhr

Je nach Budget kann auch ein Telefonservice rund um die Uhr gebucht werden, hier müssen Kosten und Nutzen gegenüber gestellt werden.

#### ■ Notfall- und oder Service-Hotline

Strafverteidiger bieten oftmals eine Notfall-Hotline, in der Regel eine Handynummer an. Alternativ können auch Dienstleistungsnummern 0180, 0700 oder 0800 (freecall) geschaltet werden. Wer zukunftsorientiert denkt, beantragt eine VANITY-Nummer, d.h. der Anrufer merkt sich anstelle der Zahlen einen Begriff oder Namen. Der BGH (NJW 2002, 2642) hat in einer Grundsatzentscheidung die Vergabe von Vanity-Nummern an Rechtsanwälte als nicht wettbewerbs- bzw. berufswidrig angesehen (vgl. Kleine-Cosack, Das Werberecht der rechts- und steuerberatenden Berufe, 2. Aufl. 2004, C.H.Beck, Rd.Nr.959 ff.).

#### ■ Rückrufmanagement

Ein gezieltes Rückrufmanagement bringt Freiräume und spart Zeit, da das Telefonat vorbereitet geführt wird und somit schneller erledigt werden kann. Zudem bekommt der Mandant das Gefühl der Wichtigkeit, da „sein“ Anwalt ihn zurückruft. Setzen Sie Rückrufmanagement bereits beim ersten Anruf des Mandanten ein und nicht erst, wenn er bereits mehrfach vergeblich versucht hat, Sie telefonisch zu erreichen. Sie ersparen Ihren Mitarbeitern unnötige Telefonate und können so diese Zeit sinnvoll nutzen. Ihr Mandant ist zufrieden und schätzt Ihre professionelle Organisation. Rückrufe werden nur dann positiv bewertet, wenn sie tatsächlich und innerhalb des vereinbarten Zeitrahmens erfolgen. Soweit versprochene Rückrufe nicht eingehalten werden können, muss zwingend eine Information durch die Kanzlei an den Wartenden erfolgen mit

der gleichzeitigen Vereinbarung eines neuen Telefontermins. Keinesfalls darf der Mandant das Gefühl bekommen, man habe ihn „vergessen“.

#### Checkliste für Rückrufe

- wer ruft an?
- in welcher Angelegenheit?
- ideal: welche Fragen hat der Anrufer?
- unter welcher Telefonnummer ist er zu erreichen?
- zu welcher Zeit ist der Anrufer zu erreichen?
- wann kann der Rückruf seitens der Kanzlei erfolgen?

Legen Sie einen Zeitkorridor fest, z.B. zwischen 15 und 15.30 Uhr. So vermeiden Sie, dass der Mandant um 15 Uhr auf Ihren Anruf wartet und enttäuscht ist, wenn der Rückruf nicht pünktlich erfolgt. Stellen Sie sicher, dass andererseits der Mandant auch innerhalb des vereinbarten Zeitrahmens für Sie erreichbar ist und Zeit hat, damit nicht – wie so oft – beide Gesprächspartner vergeblich versuchen, sich gegenseitig zu erreichen.

#### 5. Aktives Beschwerdemanagement

Soweit Sie die vorgenannten Punkte in der Praxis umsetzen, haben Sie schon die erste Voraussetzung dafür geschaffen, dass Ihre Mandanten zufriedene Mandanten sind und bleiben. Häufig werden jedoch Beschwerden per Telefon – meist an die Mitarbeiter – hergetragen, die nicht ernst genommen werden. Nutzen Sie Beschwerden als Chancen, denn diese zeigen Ihnen, dass Sie die Mandantenerwartungen nicht erfüllt haben und weisen auf verbesserungsbedürftige Bereiche hin.

#### ■ Beschwerden geben eine zweite Chance

Unzufriedene Mandanten wechseln in der Regel still, d.h. die Kanzlei kann nicht erkennen, dass der Mandant unzufrieden ist. Unzufriedene Mandanten, welche sich beschweren, sind noch nicht verloren, sondern bieten Ihnen eine zweite Chance, die Mandantenerwartungen zu erfüllen. Soweit Beschwerden erfolgreich erledigt werden, festigen sie die Mandantenbindung.

#### ■ Beschwerden sind Chefsache

Behandeln Sie grundsätzlich jede Beschwerde mit oberster Priorität und prüfen Sie, auch aus der Sicht des Mandanten, ob und welche Lösungen möglich sind. Zufriedene Mandanten, die Ihre Kanzlei weiterempfehlen, sind die beste und günstigste – da kostenlose – Werbung! Unzufriedene Mandanten verbreiten ihren Unmut in erheblich größerem Ausmaß, so dass der Schaden, der durch unzufriedene Mandanten ange richtet wird, immens sein kann.

#### ■ Konflikte lösen

Ärgerliche oder unzufriedene Mandanten lassen in der Regel ihren Ärger und ihre Wut an den Mitarbeitern aus. Geschulte Mitarbeiter sind in der Lage, Aggressionen zu dämpfen und Lösungen anzubieten.

#### Zwei Ebenen im Gespräch

Immer dann, wenn zwei Personen miteinander sprechen, bewegen sich die Gesprächspartner auf zwei Ebenen:

- Die Sachebene: sachlich, rational, verstandesgesteuert
- Die Beziehungsebene: emotional, gefühlsgesteuert.

In jedem Gespräch werden diese Ebenen immer wieder gewechselt. Wer fragt, der führt. Führen Sie Ihren Gesprächspartner mit Hilfe von Fragetechniken auf die gewünschte Ebene, steuern Sie das Gespräch aktiv und bestimmen Sie die Richtung.

Da am Telefon nur die Stimme wirkt – der Einsatz von Bildtelefonen und Webcams ist in Kanzleien selten gewünscht, da man sonst der kleinen „Notlügen“ beraubt wäre –, ist darauf zu achten, dass diese gezielt eingesetzt wird. Je nach Stimmungszustand verändert sich unsere Stimme. Wenn wir hektisch oder nervös sind, spürt unser Gesprächspartner, dass wir keine Zeit für ihn haben. Konzentrieren Sie sich auf jeden Anruf. Z.B. bekommt man auch ohne Bildtelefon mit, wenn der Gesprächspartner raucht oder abgelenkt ist.

Nichts hört der Mensch im Allgemeinen, also auch der Mandant, so gerne wie

seinen eigenen Namen. Nutzen Sie diese Erkenntnis für Ihre Telefonate und setzen Sie den Namen gezielt ein. Zumindest bei der Begrüßung, bei der Verabschiedung und je nach Dauer des Gespräches auch während des Telefonats ist die Nennung des Telefonpartnernamens sinnvoll. Sie erhalten Aufmerksamkeit und können dieses Mittel auch als Gesprächstopper einsetzen. Vermeiden Sie jedoch ebenso eine zu häufige Nennung des Namens, dies wirkt übertrieben und gekünstelt.

Lächeln Sie am Telefon – auch wenn der Gesprächspartner es nicht sehen kann, er spürt es!

#### **Technik**

Gewährleisten Sie, dass Ihre Dienstleistungsbereitschaft nicht durch die Technik behindert wird. Eine Verbindung von Telefon und PC optimiert Ihren Büroalltag und bietet **Vorteile**. Heben Sie sich beim Einsatz von Wartemusik von der Masse ab und setzen Sie z.B. externe Wartemusik ein.

Fordern Sie bei Interesse den ausführlichen Beitrag „Telefonmarketing in der Anwaltskanzlei“ an. Nutzen Sie hierzu unsere Vanity-Nummer oder senden Sie eine e-Mail an: [info@abc-anwalt.de](mailto:info@abc-anwalt.de).

Wie Sie den persönlichen Umgang mit Mandanten gewinnbringend gestalten, erfahren Sie im Folgebeitrag.

Für Ihre Fragen steht Ihnen gerne Ilona Cosack, ABC AnwaltsBeratung Cosack, kostenlose Servicrufnummer: 0800 ABC ANWALT = 0800 222 269258, [www.abc-anwalt.de](http://www.abc-anwalt.de), zur Verfügung.