

Advoice

04 / 08

FORUM JUNGE ANWALTSCHAFT IM DEUTSCHEN ANWALTVEREIN

10
Jahre

THEMA: MARKETING

AUS DEM INHALT:

- DER ERSTE EINDRUCK ZÄHLT
- ZEHN GEBOTE FÜR BESSERE TEXTE
- DER PERFEKTE NAME FÜR MEINE KANZLEI
- FORUM +3 – INFOS FÜR BERUFSERFAHRENE ANWÄLTE
- SERIÖS, SCHRILL, SCHRÄG – KANZLEIBILDER



Hilfe: Ich bin Anwalt – holt mich hier raus!

Wege zu zufriedenen Mandanten

Manchen mag das Dschungelcamp als bessere Alternative gelten – denn im Hai-fischbecken mit fast 147.000 Anwälten und all denen, die jetzt offiziell seit RDG dazu gekommen sind – ist eine gute Strategie notwendig, um zu überleben. Wer heutzutage den Schritt wagt, eine eigene Kanzlei zu gründen, braucht neben dem Quäntchen Glück die richtige Strategie und eine gute Planung, um erfolgreich zu sein.

Ohne Ziel ist jeder Weg richtig!

Wichtig ist die richtige Planung. Schaut man sich gescheiterte Existenzgründer an, so sind bei 70 % Finanzierungsmängel die Ursache, es folgen mit 60 % Informationsdefizite, die Hälfte weist Qualifikationsmängel auf, mit jeweils 30 % sind Planungsmängel und Familienprobleme ursächlich und die äußeren Einflüsse schlagen mit 15 % zu Buche.

„Mandantenakquise kostet Geld.“

Bei der Finanzierung wird vielfach außer Acht gelassen, dass Mandantenakquise auch Geld kostet, das meist in zu geringer Höhe eingeplant wird. Entscheidend für alle Maßnahmen ist, dass ein Budget festgelegt wird. So gerät man nicht in Versuchung, wenn der zehnte Anzeigenverkäufer vor der Tür steht und ein ach so günstiges Angebot präsentiert, das ja schon mit einem Mandat wieder erwirtschaftet ist.



Die Berliner Kanzlei Hoenig ist spezialisiert auf Strafrecht und Motorradrecht. Das mobile Einsatzbüro ist eine ehemalige Berliner Polizeiwanne. Foto: Kanzlei Hoenig

Suchen Sie sich Ihre Mandanten aus!

Bevor Geld für Mandantenakquise ausgegeben wird, ist es wichtig, dass die Kanzlei sich darüber klar wird, wen sie als Mandanten haben möchte. Ja – Sie haben richtig gelesen, Sie können sich Ihre Mandanten aussuchen, jeder bekommt die Mandanten, die er verdient.

Auch etablierte Kanzleien stellen zunehmend fest, dass die Umsätze rückläufig sind und man jetzt mehr tun muss, als auf Mandanten zu warten. Bei einem Workshop wurde herausgearbeitet, welche Wunschmandate angestrebt werden. Auf die Frage, was denn verhindere, diese Wunschmandate auch zu bekommen, kam die Antwort: die Angst, dass dadurch die anderen Mandanten nicht mehr bedient werden können. Und genau dort ist der Knackpunkt: Nicht der Mandant, sondern

die Anwältin oder der Anwalt selbst muss sich entscheiden: Wen will ich als Mandant?

„80 % des Umsatzes werden mit 20 % der Mandate erzielt.“

Wenn wir nach dem „Pareto-Prinzip“ feststellen, dass 80 % des Umsatzes mit 20 % der Mandate erzielt werden, dann gilt es, diese 20 % zu hegen und zu pflegen. Umgekehrt werden mit 80 % der Mandate lediglich 20 % des Umsatzes generiert. Hier muss man entscheiden, ob man diese Mandate weiterbearbeitet oder lieber im Rahmen des Networking an geeignete Kollegen abgibt.

„Auch Mandanten suchen – ähnlich dem Facharzt – einen Spezialisten für ihr Problem.“

Wer anfängt, sollte überlegen, ob er sich breit aufstellen oder bereits von Anfang an spezialisieren möchte. Es gibt für beide Varianten Argumente: Der Beginner weiß noch nicht so recht, welche Rechtsgebiete ihm auf Dauer Spaß machen. Auch hört man häufig das Argument: Wofür habe ich ein so breites Studium absolviert, wenn ich mich dann auf eines oder wenige Rechtsgebiete beschränke? Die Statistiken sprechen hier eine deutliche Sprache: Fachanwälte haben nach den Studien des Instituts für Freie Berufe ein höheres Einkommen, auch Mandanten suchen – ähnlich dem Facharzt – einen Spezialisten für ihr Problem.

Die Invasion der Fachanwaltschaften und auch die Schwierigkeit, dass es nicht für jedes



Auf Geldscheinen zu werben, wäre ziemlich effektiv.

Foto: Tobias Sommer

Rechtsgebiet Fachanwaltschaften gibt, und insbesondere die Schnittmengen, bei denen sich mehrere Rechtsgebiete überschneiden, machen es nicht einfacher. Zumal für den Berufsanfänger neben der dreijährigen Wartezeit auch die Fallzahlen ein Hindernis darstellen.

Eine Möglichkeit, sich zu spezialisieren und dennoch breiter aufzustellen, ist die Variante, bestimmte Personengruppen als Zielgruppe auszuwählen. So haben wir neulich mit einer Kollegin, die zwar schon seit einigen Jahren tätig ist, aber noch kein klares Profil entwickelt hatte, die Kanzlei für Familie, Arbeit und Wohnen kreiert. Als Mandanten werden Privatpersonen angesprochen. Diese werden in ihrem Umfeld abgeholt: Welche Probleme entstehen im Umkreis von Familie, Arbeit und Wohnen? Zwar gibt es in allen drei Bereichen Fachanwaltschaften, dennoch ist ein ganzheitliches Konzept als umfassende Lösung für diese Zielgruppe besser, da sie sich verstanden fühlt.

„... etwas Besonderes, mit dem Sie sich von der Masse abheben.“

Welche Alleinstellungsmerkmale zeichnen Sie aus?

USP = Unique Selling Proposition, das ist das Zauberwort und die Antwort auf die Frage:

Warum sollen die Mandanten zu Ihnen kommen?

Vor Jahren hat ein Kanzleigründer diese Frage wie folgt beantwortet: Ich bin jung und ich habe Zeit. Das ist zu wenig, denn es gibt viele junge Anwälte mit Zeit.

Was macht Sie einzigartig? Einzigartig sind Sie, Ihre Person.

Gibt es etwas Besonderes, mit dem Sie sich von der Masse abheben? Das kann ein Hobby sein, Sprachkenntnisse oder auch Branchenkenntnisse, die Sie auszeichnen.

Der sechsfache Olympiasieger Dr. Rainer Klimke war Rechtsanwalt und Notar. Wenn auch nicht mit reiterlichen Erfolgen, so ist

sein Sohn Michael beruflich in die Fußstapfen des Vaters getreten und hat sich auf die Beratung „Rund ums Pferd“ spezialisiert. Bei Google findet man zum Stichwort „Pferderecht“ über 50.000 Treffer. Seit vier Jahren findet der Pferderechtstag an ausgewählten Orten statt, die für Reiter von Bedeutung sind (Pferdesportmesse Equitana in Essen, Internationales Reitturnier CHIO in Aachen). Hier diskutieren Experten (Sachverständige, Tierärzte und Anwälte) z.B. über: Aktuelle Rechtsprechung des BGH zum Pferdekaufrecht nach der Schuldrechtsreform; Abgrenzung der anwendbaren Rechtsprechung aus dem Gebrauchtwagenhandel auf den Pferdehandel; Das Recht der allgemeinen Geschäftsbedingungen und die Auswirkungen bei Musterverträgen, Vertragsmustern und Auktionsbedingungen.

Wer „Pferdeverstand“ hat, kann durchaus Hobby und Beruf miteinander verknüpfen.

„Mandanten beurteilen, ob die Kanzlei einen guten Eindruck macht, termintreu ist und Rückrufe erfolgen.“

Die Dienstleistung „Rechtsanwältin und Rechtsanwalt“ ist nicht greifbar. Die Mandanten können selten die juristische Qualifikation beurteilen. Sie können aber sehr wohl beurteilen, ob die Kanzlei einen guten Eindruck macht, termintreu ist und Rückrufe erfolgen.

Bei der Auswertung von 100 Mandantenfragebogen wurde vielfach angegeben, was Mandanten wichtig ist: gute Betreuung, schneller Termin, freundlich, offen, engagiert, verständlich, zuverlässig, Zuhören. Die fachliche Qualifikation des Kollegen, der auch Fachanwalt ist,

wurde zwar ebenfalls positiv erwähnt, jedoch in weit geringerem Umfang. An Kritikpunkten wurden genannt: mehr und schneller informieren und erläutern, mehr auf Mandanten eingehen, etwas teuer, Reisekosten.

Der Wurm muss dem Fisch schmecken, nicht dem Angler!

Ein Mandantenfragebogen ist die beste Gelegenheit, um zu erfahren, was Ihre Mandanten erwarten und was Sie bei Ihrer Dienstleistung verbessern können.

Damit Sie einen guten Rücklauf bekommen, hat es sich bewährt, den Fragebogen unmittelbar nach Zahlung der Rechnung mit einem Dank für die erfolgte Zahlung und einem Hinweis, dass die Beantwortung der Fragen nicht länger als fünf Minuten dauert, zu übersenden.

Unabdingbar ist ein bereits an die Kanzlei adressierter und frankierter Umschlag. Ebenfalls sollte man dem Mandanten freistellen, ob er die Bewertung anonym abgibt. Erfahrungsgemäß geben Mandanten, die sich beschweren, ihren Namen an. Dies hat den Vorteil, dass Sie sofort reagieren können, und die Chance, durch eine erfolgreich erledigte Beschwerde die Mandantenbindung zu festigen, steigt.

„Wenn Erwartungen erfüllt werden, ist dies selbstverständlich.“

Auch verringern Sie die Möglichkeit, dass der Mandant seine Unzufriedenheit anderweitig kundtut, denn prüfen Sie selbst: Wenn Sie beispielsweise im Hotel oder Restaurant nicht zufrieden sind, erzählen Sie meist ungefragt anderen, was Ihnen nicht gefallen hat. Wenn Ihre Erwartungen erfüllt werden, ist dies selbstverständlich. Gibt es jedoch eine besondere Aufmerksamkeit, einen sehr freundlichen Service oder etwas, das Ihre Erwartungen übertrifft, dann ist auch dies ein Grund, anderen davon zu erzählen.

Und dieses aktive Empfehlungsmarketing können Sie auch bei Mandanten erreichen, wenn sie diese nach Ihrer Meinung befragen! Denn nach wie vor sind Weiterempfehlungen die mit Abstand erfolgreichste Methode, um neue Mandanten zu akquirieren. Und sie sind kostenlos – aber mit Sicherheit nicht umsonst!

Unternehmensberaterin Ilona Cosack, Frankfurt/M.