

## MANDANTEN FINDEN – MANDANTEN BINDEN

RECHTSANWALT AXEL THOENNESSEN, DÜSSELDORF

### Marketing für junge Anwaltskanzleien

Voraussetzung für die Erstellung eines Marketingkonzeptes ist die Beantwortung der Frage, was Sie erreichen wollen, Ihre Vision von Ihrem Dienstleistungsunternehmen Anwaltskanzlei.

Wichtig ist, was Sie erreichen wollen, nicht, was Sie glauben, erreichen zu können. Genau das, was Sie erreichen wollen, werden Sie erreichen, nicht mehr, aber auch nicht weniger.

Wenn Sie genau wissen, was Sie erreichen wollen, werden Sie bewusst und unbewusst alle Kräfte einsetzen, die zum Erreichen des Zieles erforderlich sind.

Ihre Vision entscheidet. Sie werden nur dann glücklich und zufrieden sein, wenn Sie Ihre Kanzlei nach Ihren Vorstellungen gestalten, nicht dann, wenn Ihre Mandanten Ihre Kanzlei und Ihre Tätigkeit nach ihren Vorstellungen gestalten.

Legen Sie zunächst schriftlich fest, wie Sie sich Ihre Kanzlei in drei, fünf und zehn Jahren sowie am Ende Ihres Berufslebens vorstellen.

---

In drei Jahren

---

In fünf Jahren

---

In zehn Jahren

---

Am Ende meines Berufslebens

---

In welchen Rechtsgebieten möchten Sie zum Experten werden?

---

Welche Mandanten möchten Sie betreuen?

Möchten Sie vorwiegend private Mandanten oder vorwiegend gewerbliche Mandanten betreuen? Möchten Sie private und gewerbliche Mandanten in einem bestimmten Rechtsgebiet oder eine bestimmte Mandantengruppe (z. B. Handwerker) in allen Rechtsgebieten (Gesellschaftsrecht, Vertragsrecht, Arbeitsrecht, Inkasso, Familien- und Erbrecht, etc.), betreuen?

## DIE EIGENE KANZLEI -> MANDANTEN FINDEN – MANDANTEN BINDEN

---

Wie viele Mandate möchten Sie betreuen?

Möchten Sie viele kleine Mandate mit geringem Honorarvolumen betreuen, welche Ihnen jedoch ein sicheres Einkommen gewährleisten, auch wenn ein Mandant zahlungsunfähig wird, oder möchten Sie lieber einige wenige große Mandate betreuen, welche weit höhere Honorareinnahmen erwarten lassen, bei denen jedoch die Gefahr der Insolvenz eines Mandanten existenzgefährdender ist?

---

In welcher Form möchten Sie tätig sein?

Möchten Sie alleine tätig sein oder mit Kollegen oder Angehörigen anderer Berufsgruppen wie z. B. Patentanwälten, Steuerberatern, Wirtschaftsprüfern, Unternehmensberatern, Psychologen, Architekten, etc. zusammenarbeiten?

Soll diese Zusammenarbeit in Form einer Gesellschaft bürgerlichen Rechts, einer Partnerschaftsgesellschaft oder einer Bürogemeinschaft erfolgen?

---

Wie soll Ihre Kanzlei strukturiert sein?

Welche und wie viele Mitarbeiter soll Ihre Kanzlei haben? Möchten Sie eine oder mehrere RechtsanwältInnen, eine KanzleivorsteherIn, eine SekretärIn, eine Auszubildende, eine ReferendarIn, eine StudentIn beschäftigen?

---

Wo soll Ihre Kanzlei angesiedelt sein?

In welchem Land möchten Sie tätig sein? In welcher Region möchten Sie tätig sein? Möchten Sie die Kanzlei in einer Stadt oder auf dem Land führen? Soll die Kanzlei in Gerichtsnähe oder in den Außenbezirken angesiedelt sein?

---

Welchen Einsatz möchten Sie für Ihre Kanzlei erbringen? Welchen Nutzen möchten sie von Ihrer Kanzlei haben?

Wie lange möchten Sie jeden Tag arbeiten? Wie viele Wochen jährlich möchten Sie in Urlaub fahren? Wie viele Wochen möchten Sie sich fortbilden? Welches Einkommen möchten Sie erzielen?

---

Wenn Sie von 365 Tagen im Jahr an 110 Samstagen und Sonntagen nicht arbeiten möchten, ferner 20 Tage (vier Wochen) in Urlaub fahren möchten, sich 15 Tage (drei Wochen) fortbilden, 15 Tage krank sind und fünf Tage einfach keine Lust haben, zu arbeiten, verbleiben ihnen 200 Arbeitstage.

## MANDANTEN FINDEN – MANDANTEN BINDEN <- DIE EIGENE KANZLEI

Möchten Sie z. B. bei Kanzleikosten von 90.000,00 Euro netto ein persönliches Einkommen vor Steuern von 60.000,00 Euro erwirtschaften, müssen Sie an den 200 Arbeitstagen Honorareinnahmen von 150.000,00 Euro netto erzielen.

Sie müssen mithin an jedem dieser 200 Tage Honorareinnahmen in Höhe von 750,00 Euro erzielen.

Dies bedeutet, dass Sie an jedem der 200 Tage durch die Bearbeitung von Mandaten Gebührenansprüche in Höhe von 750,00 Euro verwirklichen, an jedem der 200 Tage Liquidationen über 750,00 Euro versenden und an jedem der 200 Tage Honorareingänge in Höhe von 750,00 Euro auf Ihrem Konto verzeichnen müssen.

Gehen Sie davon aus, dass Sie sechs Stunden effektiv arbeiten, muss das Honorar für jede der geleisteten Stunden 125,00 Euro betragen.

Wollen Sie weniger oder mehr arbeiten, weniger oder mehr verdienen, sind die Berechnungen entsprechend anzupassen.

Keinesfalls sollten Sie Ihre Entscheidungen danach treffen, was Sie glauben, erreichen zu können. Allein Ihre Vision entscheidet.

Wenn Sie alle Fragen beantwortet haben, malen Sie sich so detailliert und farbenfroh wie möglich aus, welche Tätigkeiten und wie Sie diese Tätigkeiten in drei Jahren, fünf Jahren, zehn Jahren sowie am Ende Ihres Berufslebens verrichten werden.

Wichtig ist, dass Sie Ihre Wünsche und Vorstellungen schriftlich fixieren. Anpassen können Sie diese Aufzeichnungen jederzeit.

Wenn Sie Ihre Kanzlei genau vor Augen haben, können Sie sich daran machen, Ihre Mandanten zu finden und zu binden.

Sie werden feststellen, dass es mit einer festen Vorstellung von dem, was Sie sein und erreichen möchten, gar nicht so schwierig ist, Marketingideen zu entwickeln.

### 1. Mandanten finden:

Zunächst beantworten Sie die Frage, wer Ihre Dienstleistung in Anspruch nehmen soll, sodann stellen Sie fest, wer diese Mandanten bisher betreut hat, anschließend arbeiten Sie Ihr Alleinstellungsmerkmal, Ihre Stärke, heraus, welche Sie über die Mitbewerber hinaushebt und bewerben dieses sodann nach allen Regeln der Kunst.

Beantworten Sie die nachfolgenden Fragen schriftlich.

---

Wer soll meine Dienstleistung in Anspruch nehmen?

---

Was kennzeichnet diese Personen/Gruppen?

## DIE EIGENE KANZLEI -> **MANDANTEN FINDEN – MANDANTEN BINDEN**

---

Warum nehmen sie anwaltliche Dienstleistung in Anspruch?

---

Wer sind meine Mitbewerber?

Kollegen (welche, wie viele), Steuerberater, Wirtschaftsprüfer, Unternehmensberater, Verbände, Versicherer, Gewerkschaften etc.?

---

Was kennzeichnet meine Mitbewerber?

---

Wodurch haben Sie ihre Marktposition erlangt?

---

Warum bin ich besser als meine Mitbewerber?

z.B. weil ich bessere Fachkenntnisse habe, weil ich mehr Zeit für meine Mandanten habe, weil ich schnell bin, weil ich meine Mandanten zu Hause/in ihrem Unternehmen besuche, weil ich meinen Mandanten auch nach Feierabend zur Verfügung stehe, weil ich über schnelle Kommunikationstechnik verfüge, weil ich bessere Kontakte zu Behörden habe, etc.

---

Wenn Sie wissen, was Sie vor allen Mitbewerbern auszeichnet, können Sie dieses Merkmal besonders bewerben und zwar:

- In den Gelben Seiten
- In dem örtlichen und amtlichen Telefonbuch
- Bei der Deutschen Anwaltsauskunft, dem Anwaltsuchdienst des Deutschen Anwaltsvereins (Telefonauskunft und Internet)
- Im Anwaltsverzeichnis
- Bei dem Anwaltsuchservice (Telefonauskunft und Internet)
- Bei Versicherungsagenten, Versicherungsmaklern
- Bei Rechtsschutzversicherern
- Bei dem Gerichtspräsidium, Richtern (Pflichtverteidigungen), Rechtspflegern und Staatsanwälten
- Bei dem Amt für Wirtschaftsförderung der Stadt oder Gemeinde
- Bei Ämtern und Behörden

## MANDANTEN FINDEN – MANDANTEN BINDEN <- DIE EIGENE KANZLEI

- Bei Verbänden, Kammern und Vereinen sowie ggf. deren Jugendorganisationen (Haus- und Grundbesitzervereine, Mietervereine, Journalistenverbände, Ärztekammern, Steuerberaterkammern, IHK'n, Wirtschaftsunioren, Handwerkskammern, Handwerksunioren, etc.)
- Bei Kolleginnen und Kollegen, Mitgliedern des örtlichen Anwaltvereins, Mitgliedern des FORUM Junge Anwaltschaft (Haben Sie sich auf ein bestimmtes Rechtsgebiet spezialisiert, teilen Sie dies allen Kolleginnen und Kollegen mit. Diese werden Ihnen gerne diejenigen Mandate vermitteln, welche sie aufgrund eigener Spezialisierung nicht betreuen können.)
- Bei zufriedenen Mandanten
- Bei dem persönlichen Gespräch abends in der Kneipe, im Sportverein
- Auf der eigenen Homepage
- Im Rahmen eines Corporate Design (Briefbogen, Visitenkarten, Kanzleistempel, Kanzleischild, Freistempler)
- Im Rahmen von Vortragsveranstaltungen an Volkshochschulen, vor Verbänden, Kammern, Vereinen und Gewerkschaften
- Im Rahmen von Lehraufträgen an Universitäten
- In Zeitungsartikeln
- In Zeitungsanzeigen
- In Artikeln in Fachzeitschriften und Fachbüchern
- Durch Rundschreiben und Wurfzettel
- Im Rahmen Ihrer Mitgliedschaft in Vereinen und Verbänden

Haben Sie einen Mandanten aus Ihrer Zielgruppe gewonnen, gilt es, ihn dauerhaft an ihre Kanzlei zu binden.

Denn es ist teurer, einen Mandanten zu verlieren, als zehn Mandanten zu gewinnen.

### 2. Mandanten binden:

Ihr Mandant muss von Ihrer Dienstleistung stets begeistert sein. Er muss sich bei Ihnen stets besonders gut aufgehoben fühlen. Wenn er das Gefühl hat, dass seine Angelegenheit von Ihnen stets mit besonderem Einsatz bearbeitet wird, wird er Sie gerne weiterempfehlen.

Keine Werbung ist effektiver und preiswerter als die Mund-zu-Mund-Propaganda eines zufriedenen Mandanten.

## DIE EIGENE KANZLEI -> **MANDANTEN FINDEN – MANDANTEN BINDEN**

Erfahrungsgemäß binden Sie Ihre Mandanten durch:

- Gute Arbeit
- Zuverlässigkeit und Integrität
- Gute telefonische Erreichbarkeit
- Freundlichkeit, Höflichkeit, Aufmerksamkeit
- Schnelligkeit in der Terminvergabe und Mandatsbearbeitung
- Planung ausreichender Besprechungszeit
- Zeitnahe qualifizierte Information
- Eine transparente Gebührenpolitik
- Qualifiziertes und gepflegt auftretendes Personal
- Ständige Fortbildung
- Eine gute Kanzleiorganisation
- Eine ansprechende und moderne Kanzleiausstattung
- Besonderen Service (Gratulation zu Geburtstagen, Hochzeiten, etc., Weihnachtsgrüße, Informationsrundschriften)

Gelingt es Ihnen, sämtliche Punkte zur absoluten Zufriedenheit Ihres Mandanten zu erfüllen, steht dem Erfolg Ihres Unternehmens Anwaltskanzlei nichts mehr im Wege.

Für Ihren Weg in die selbstständige Ausübung eines der schönsten Berufe der Welt wünsche ich Ihnen Mut, Eigeninitiative, Kontakt- und Entscheidungsfreude sowie viel kaufmännisches Geschick.

Weiterführende Informationen erhalten Sie bei:

- dem Deutschen Anwaltverein
- den Rechtsanwaltskammern
- den Wirtschaftsförderungsämtern der Städte und Gemeinden
- dem Bundesministerium für Wirtschaft
- den Landesministerien für Wirtschaft
- den Industrie- und Handelskammern
- den Berufsverbänden
- den Sparkassen

## MANDANTEN FINDEN – MANDANTEN BINDEN <- DIE EIGENE KANZLEI

Seminare zum Thema Existenzgründung bieten

- der Deutsche Anwaltverein mit seinem FORUM Junge Anwaltschaft
- die Deutsche Anwaltakademie
- die Rechtsanwaltskammern
- das Deutsche Anwaltsinstitut

Literaturhinweise:

- Ausschuss für Büroorganisation und Technik des DAV: Die moderne Anwaltskanzlei, Deutscher AnwaltVerlag, ca. 60 Euro
- Beck'sches Rechtsanwalts-Handbuch, C. H. Beck'sche Verlagsbuchhandlung, ca. 65 Euro
- Carnegie, Dale: Der Erfolg ist in Dir, Scherz Verlag, ca. 25 Euro
- Carnegie, Dale: Sorge Dich nicht, lebe, Scherz Verlag, ca. 25 Euro
- Carnegie, Dale: Wie man Freunde gewinnt, Scherz Verlag, ca. 25 Euro
- Garke, Artur: Die moderne Anwaltskanzlei, Deutscher AnwaltVerlag, ca. 60 Euro
- Geffroy, Edgar K.: Das einzige was stört, ist der Kunde, Verlag moderne Industrie, ca. 30 Euro
- Schäfer, Bodo: Der Weg zur finanziellen Freiheit, Campus Verlag, ca. 20 Euro
- Schiefer, Wolfgang und Hocke, Ulrich: Marketing für Rechtsanwälte, Deutscher AnwaltVerlag, ca. 30 Euro
- Seiwert, Lothar J. und Buschbell, Hans: Zeitmanagement für Rechtsanwälte, Deutscher AnwaltVerlag, ca. 25 Euro
- Sprenger, Reinhard K.: Das Prinzip Selbstverantwortung, Campus Verlag, ca. 20 Euro