



Deutscher Anwaltverein

Arbeitsgemeinschaft
Kanzleimanagement

Kanzlei & Markt

INFORMATIONSBRIEF DER ARBEITSGEMEINSCHAFT
KANZLEIMANAGEMENT IM DEUTSCHEN ANWALTVEREIN e.V.

2/2013

Deutscher Anwaltstag 2013 - Die Zukunft der Anwaltschaft

Workshop: Mitarbeitergewinnung - Nachwuchssuche in sozialen Netzwerken

Elektronischer Rechtsverkehr - Richtig verbunden

Best Practice: Mandantenzufriedenheit - Feedback für die Arbeit

Liebe Kolleginnen und Kollegen,

um nichts Geringeres als die Zukunft der Anwaltschaft geht es auf dem diesjährigen Deutschen Anwaltstag in Düsseldorf. Es ist ein Anlass für uns, in fünf Thesen aufzuzeigen, wie Sie sich für die kommenden Jahre rüsten können. Seien Sie innovativ, suchen Sie Kooperationen, nutzen Sie moderne Technologien, spezialisieren Sie sich - und zu guter Letzt: Denken Sie wirtschaftlich. Die Veränderungen unserer Branche können als Bedrohung wahrgenommen werden - oder als Chance. Packen wir es an!

Viel Spaß beim Lesen!

Ihr

Ralph Binder

Vorsitzender der Arbeitsgemeinschaft Kanzleimanagement



Deutscher Anwaltstag 2013

Die Zukunft der Anwaltschaft

Anwaltsmarkt 2030 - Zukunft jetzt gestalten. Dies ist das Thema des diesjährigen Deutschen Anwaltstages. Was sind die Trends, mit denen Anwälte bis 2030 konfrontiert werden? Worauf müssen Sie sich einstellen? Kanzlei&Markt hat fünf Thesen aufgestellt, wie Sie sich für die Zukunft sicher aufstellen.

Das Wichtigste in Kürze:

- Als Rechtsanwalt müssen Sie innovativ sein, um auf dem Markt zu bestehen.
- Von Ihnen wird volle Kontrolle über Einnahmen und Ausgaben erwartet.
- Moderne Technologie ist nicht ihr Feind, sondern hilft Ihnen, sich auf dem Markt durchzusetzen.

Spezialisieren Sie sich!

Bei mehr als 160.000 Rechtsanwälten ist es wichtig, aus der Masse herauszuragen. Im Vorteil ist dabei derjenige, der weiß, welchen Mandantschaft er mit welchem Thema bedienen möchte. Aus mindestens drei Gründen: Da die Mandantschaft klar umrissen ist, kann er konkrete Marketingmaßnahmen ergreifen, um neue Mandate zu akquirieren. Durch die klare Fokussierung auf ein Rechtsthema oder eine Zielgruppe wird der Rechtsanwalt auf diesem Gebiet fachlich „spitze“ und kann mit der Qualität seiner Leistung punkten. Und zu guter Letzt: Durch das eigene Profil steigt der Wiedererkennungswert der Kanzlei.

Doch hier muss die Spezialisierung nicht aufhören. Im Vorteil sind Branchenkanzleien, die die Sprache der Kunden sprechen und sich in dem jeweiligen Metier auskennen. Sei es die auf Kunstrecht spezialisierte Kanzlei, die auch mal eine Vernissage für die Mandantschaft organisiert, oder eine Kanzlei, die sich auf Ärzte spezialisiert hat und eine Hotline für tägliche Fragen eingerichtet hat. Die Mandantschaft insgesamt hat immer heterogenere Bedürfnisse. Sei es die besondere Ansprache über das Internet oder besondere Ansprüche bei der Erreichbarkeit ihres Rechtsanwaltes. Gehen Sie darauf ein. Werden Sie zum Spezialisten!

Tun Sie sich zusammen!

Je kleiner die Kanzlei, desto kleiner ist auch die Kapazität und die Kompetenz, die auf dem Markt angeboten werden kann. Wer diese Kapazitäten nicht bieten kann, macht sich oft nicht einmal auf den Weg, um wirklich lukrative Mandate zu bekommen. Die Unterschiede machen sich im Einkommen deutlich bemerkbar. Denn je kleiner die Kanzlei, desto gewichtiger sind in der Bilanz die Fixkosten. Wer sich zusammenschließt, schafft Synergien. In der Nutzung einer gemeinsamen Bibliothek, von gemeinsamen Büroräumen bis hin zur gemeinsamen Nutzung eines Sekretariats. Die durchschnittlichen Kosten eines Einzelanwalts betragen rund 77.000 Euro pro Jahr. Demgegenüber sind die durchschnittlichen Kosten einer lokalen Sozietät mit etwa 83.600 Euro nur unwesentlich höher. Der Unterschied liegt im Gewinn. Dieser beträgt beim Einzelanwalt gerade einmal 51.000 Euro, gegenüber einem Gewinn des Rechtsanwalts in einer lokalen Sozietät von etwa 89.000 Euro. Das ist mehr als das 1,7fache.

Die Kooperation sollte dabei nicht nur auf andere Rechtsanwälte beschränkt sein. Kooperieren Sie auch mit Berufsträgern anderer Professionen. Steuerberater und Wirtschaftsprüfer gehören dazu, es sind aber auch Netz-



werke mit Ingenieuren und Architekten im Baurecht oder mit Ärzten im Medizinrecht denkbar. Damit steigern Sie Ihre Kompetenz und machen sich für die Mandantschaft interessant.

Nutzen Sie moderne Technologien!

Bis zu 90 Prozent der Kommunikation findet in vielen Kanzleien inzwischen per Email statt. Es liegt nur nahe, dass die Verwaltung dieser Kommunikation auch digital erfolgt. Moderne Systeme für das Dokumentenmanagement erleichtern die Arbeit enorm. Sie vereinfachen Arbeitsschritte, indem aus der Software heraus Vorgänge bearbeitet werden können. Sie dienen als Archiv, auf das unproblematisch und in Echtzeit zugegriffen werden kann. Sie beschleunigen die Kommunikation zwischen ihnen und ihrem Mandanten. Apps machen es inzwischen möglich, Akten elektronisch an jeden Ort der Welt zu bearbeiten. Und auch die Kommunikation mit den Gerichten wird in Zukunft vor allem elektronisch erfolgen. Zu einer modernen Bürossoftware gehören inzwischen auch Diktiersysteme, die das gesprochene Wort unmittelbar in Schriftsätze umsetzen. Auch hier liegt der Vorteil im zeitlichen Gewinn. Diesen können Sie dafür nutzen, sich mehr auf ihre inhaltliche Arbeit zu konzentrieren. Ihre Mandanten werden es Ihnen danken!

Denken Sie wirtschaftlich!

Sie müssen eine klare Vorstellung davon haben, wie viel Geld sie erwirtschaften müssen, um Ihre Kanzlei am Leben zu halten. Dafür ist es auch notwendig, dass Sie Ihren kalkulatorischen Stundensatz kennen. Dieser ergibt sich durch die Betrachtung der Betriebskosten und des angestrebten Gewinnüberschusses. Mit Ihrem kalkulatorischen Stundensatz müssen Sie in der Lage sein, diese Kosten einzuspielen. Dabei geht man von etwa 100 abrechenbaren Stunden pro Monat aus, beziehungsweise 1200 Stunden im Jahr. Den kalkulatorischen Stundensatz müssten Sie in der Theorie auch mit der Bearbeitung von RVG-Mandaten erwirtschaften.

Zeit ist Geld. Für Rechtsanwälte gilt dies noch mehr als für andere Professionen. Doch nicht jeder Anwalt ist sich darüber wirklich im Klaren, wie viel Zeit er etwa in die Erledigung von RVG-Mandanten investiert, wie viel Zeit ihn bürokratische Arbeit kostet, wie viel Zeit er in die Akquise steckt. Wer wirtschaftlich arbeiten möchte, muss sich hierüber Klarheit verschaffen. Moderne Kanzleisoftware bietet hierfür sehr gute Zeiterfassungsprogramme, mit denen eine Auswertung des gesamten Tagesablaufs möglich ist. Plötzlich werden Chancen für die Steigerung der eigenen Produktivität klar. Und an anderer Stelle sieht man schnell, wo man sich sehr viel weniger Zeit hätte lassen dürfen - weil es in keinem Verhältnis zum Honorar steht.

Seien Sie innovativ!

In den vergangenen Jahren wurde der Rechtsmarkt deutlich geöffnet. Verbände und Versicherungen stehen mit ihren Rechtsberatungsangeboten in Konkurrenz. Und auch im Internet wachsen Angebote heran, die es dem Rechtsanwalt in Zukunft schwer machen könnten. Sei es durch automatisierte Dokumentenerstellung, nach der auf Grundlage eines Fragekatalogs Miet- oder Arbeitsverträge

erstellt werden, sei es durch Portale, bei denen Rechtsrat ersteigert oder gänzlich kostenlos der Allgemeinheit zur Verfügung gestellt werden.

Solche Entwicklungen müssen nicht verdammt werden. Vielmehr ist es zwingend notwendig, dass auch Sie überlegen müssen, mit welcher Innovation sie auf dem Markt wahrgenommen werden wollen. Etwa indem Sie es ihren Mandanten ermöglichen, online regelmäßig über den Stand der Bearbeitung ihres Mandats informiert zu werden. Oder durch innovative Kostenmodelle wie Flatrates oder Pauschalangebote.

Es reicht nicht mehr, ein schönes Büro in angenehmer Lage aufzumachen und das Schild „Rechtsanwalt“ vor die Tür zu hängen. Packen Sie es an! Dann ist die Zukunft auch Ihre Zukunft. [hez]

Aus der AG

Der 64. Deutsche Anwaltstag in Düsseldorf

Vom 6. bis 8. Juni findet in Düsseldorf der 64. Deutsche Anwaltstag statt. Unter dem Motto „Anwaltsmarkt 2030 - Zukunft jetzt gestalten“ finden auch in diesem Jahr wieder zahlreiche Seminare und Podiumsdiskussionen statt.

Eröffnet wird der DAT am Donnerstag, 6. Juni, um 9.30 Uhr, durch den Präsidenten des DAV, Rechtsanwalt Prof. Dr. Wolfgang Ewer. Bundesjustizministerin Sabine Leutheusser-Schnarrenberger wird ein Grußwort sprechen.

Der DAV wird auf dem DAT die Ergebnisse der aktuellen Zukunftsstudie zur Anwaltschaft vorstellen.

Schon am Mittwoch, den 5. Juni, von 14.30 Uhr bis 18.00 Uhr, haben Berufseinsteiger die Möglichkeit, sich über diverse Themen - von der Mandantenakquise bis zu Verhandlungstaktiken - zu informieren.

Auch die AG Kanzleimanagement ist mit einer eigenen Veranstaltung am Donnerstag, den 6. Juni 2013, 14.00 Uhr bis 18:00 Uhr, dabei.

Schwerpunkt wird in diesem Jahr die Weiterentwicklung des eigenen Angebots sein: Innovation in der anwaltlichen Praxis. Zu den Referenten unter anderem Claudia Schieblon, Beraterin und Initiatorin des PMN - Professional Management Network für Management und Business Services in Kanzleien, gehören.

Info: <http://www.anwaltverein.de/DAT/>

Workshop: Mitarbeitergewinnung

Nachwuchssuche in sozialen Netzwerken

Ein Mitarbeiter hat sich in den Ruhestand verabschiedet. Schnell wird klar, dass Ersatz gefunden werden muss. Doch das ist nicht so einfach, hohe Spezialisierung liegt im Trend. Wie Sie die Mitarbeitersuche im Webzeitalter angehen sollten.

Das Wichtigste in Kürze:

- Frühzeitig mit der Mitarbeitersuche starten.
- Über Xing und Facebook können Seiten angelegt werden, über die Stellenangebote publik gemacht werden können.
- Entwicklungsmöglichkeiten und Kanzleiklima sind Bewerbern sehr wichtig. Machen Sie dieses in der Stellenanzeige besonders deutlich.

Die Situation ist paradox: Die Zahl der Rechtsanwälte steigt mit jedem Jahr. Dennoch ist es gerade für kleine und mittelständische Kanzleien nicht leicht, an gute Mitarbeiter zu kommen. Parallel zum Anstieg der Anzahl der Rechtsanwälte ist nämlich auch der Bedarf gestiegen. Gute Absolventen haben heute die Wahl. „Früher war der Markt gesättigt, da war man froh, wenn man zu einem Bewerbungsgespräch eingeladen wurde. Heute ist die Situation eine andere“, so Nadine Jablonski von der Kanzlei Nickert aus Offenburg. Oftmals sind es die Rechtsabteilungen der großen Firmen, die den Pool der Nachwuchskräfte leer fischen.

Viele Kanzleien setzen zur Mitarbeitergewinnung Stellenausschreibungen in Zeitungen ein. Dies ist traditionell, doch bieten heutige Medien im Internet ein sehr großes Potential. „Die Stellenausschreibung findet bei uns nur online statt. Hierzu nutzen wir in erster Linie unsere Homepage, aber auch Facebook und Xing“, so Jablonski. Der große Vorteil der Onlinewerbung besteht in der großen Verfügbarkeit und Verteilung. So können potentielle Bewerber weit über die Grenzen der Regionalzeitung hinaus angesprochen werden. Zudem stellt die Tageszeitung bei jüngeren Generationen kein Muss mehr dar, das Internet hingegen schon.

Viele Studenten und junge Fachkräfte nutzen Facebook und können somit auf diesem Weg erreicht werden. Hierfür bietet Facebook Unternehmen die Möglichkeit, spezielle Karriereseiten zu erstellen. Dies bietet folgende Vorteile: Auf der einen Seite können Interessierte via Facebook Informationen über Unternehmen einholen. Auf der anderen Seite können sie auch mit den Unternehmen direkt in Kontakt treten. Somit kann die Facebook-Seite einer Kanzlei helfen, ein erfolgreiches Bewerbungsmanagement aufzubauen.

Beim Aufbau einer Facebook-Jobbörse können kleine Programme helfen, mit denen die Inhalte der Jobangebote auf der Webseite auf die Facebook-Fanseite verbreitet werden. Einer der Anbieter ist das Unternehmen Atenta mit dem System Jobspreader. „Es geht darum, die Reichweite zu erhöhen“, sagt Jan Kirchner, Geschäftsführer von Atenta. Gerade kleinere Kanzleien hätten das Problem, dass sie als Arbeitgeber unbekannt seien, ihre Webseiten nicht auf Suchmaschinen optimiert seien.

Über die Präsenz bei Facebook gehen die Arbeitgeber auf zukünftige Mitarbeiter zu. „Eine Facebook-Seite muss

Experten Empfehlungen:

- Frühzeitiges Suchen nach Arbeitskräften vermindert Hektik und somit auch die Wahrscheinlichkeit einer Fehleinstellung.
- Sorgen Sie für Bekanntheit Ihrer Kanzlei, damit Fachkräfte auf Sie aufmerksam werden.
- Definieren Sie, welchen Anforderungen der Kandidat gewachsen sein muss.
- Beziehen Sie beim Definieren der Anforderungen Ihren Mitarbeiterstamm mit ein.
- Nennen Sie auch die Perspektiven und Weiterbildungsmöglichkeiten.
- Bedenken Sie, dass Sie zeitgleich mit ihrer Bewerbersuche bei Facebook und Co. auch über die dortigen Profile Ihrer Kanzlei nachdenken müssen. Wie vergrößern Sie ihre Reichweite? Wie bleiben Ihre Profile aktuell?
- Fordern Sie Ihre Mitarbeiter auf, sich auf den Profilen Ihrer Kanzlei in sozialen Netzwerken einzubringen.

allerdings gepflegt werden“, sagt Kirchner. Sie muss gezielt bekannt gemacht werden, über Mitarbeiter, Freunde und Verwandte - aber auch möglicherweise durch gezielte Kampagnen bei Facebook. Denn erst wenn die Seite eine gewisse Reichweite hat, stellt sich auch der Erfolg ein.

Im Rahmen der Mitarbeitergewinnung mittels sozialer Medien, dem so genannten „Social Recruiting“, ist Xing besonders interessant. Die Plattform Xing gilt als das größte deutschsprachige Netzwerk für berufliche Kontakte. Hier haben Unternehmen viel Fläche zur Eigendarstellung und die Möglichkeit, Stellenangebote zu veröffentlichen. Darüber hinaus gibt es die Möglichkeit einer Recruiter-Mitgliedschaft für Personalverantwortliche. Diese ermöglicht die Anwendung von speziellen Suchfiltern, mit denen gezielt nach möglichen Kandidaten mit entsprechenden Qualifikationen oder Fähigkeiten gesucht werden kann.

Entscheidend beim Kampf um qualifizierten Nachwuchs ist das Image, das die Kanzlei nach außen trägt. Wer sich hier gut vermarkten kann, ist klar im Vorteil. Ist die Belegschaft zufrieden, trägt diese durch Mundpropaganda häufig zu einem guten Meinungsbild über das Unternehmen bei.

Auch hier setzen Facebook und Co. an: Ihre Mitarbeiter können innerhalb ihres Freundeskreises durch Empfehlungen oder Teilen von Links auf Jobangebote hinweisen.

Entwicklungsmöglichkeiten und Kanzleiklima sind Bewerbern sehr wichtig. Machen Sie dieses in der Stellenanzeige besonders deutlich. Diese Informationen müssen die potentiellen Bewerber erreichen. Auch hier kann das Internet helfen. „Auf der Homepage sollte das Kanzleiteam vorgestellt werden, aber auch die Perspektiven und Weiterbildungsmöglichkeiten“, sagt Marketingexpertin Katja Hofmann von der Firma KMU-kreative Marketingunterstützung. „Unbedingt muss die Homepage für mobile Endgeräte, wie zum Beispiel Smartphones, nutzbar sein“, so Hofmann.

Sollten sich trotz aller Bemühungen keine geeigneten Mitarbeiter finden, so bleibt zu guter Letzt noch die klassische Option: Selbst ausbilden. [bod/hez]

Was ist Mitarbeitern wichtig?

1. Anerkennung der erbrachten Leistung
2. Info über Kanzleiziele und Perspektiven
3. Positives Kanzleiklima
4. Ausstattung Arbeitsplatz
5. Gehalt
6. Gesicherter Arbeitsplatz
7. Loyalität zwischen Arbeitgeber und Arbeitnehmer
8. Möglichkeiten zur Weiterbildung
9. Wirtschaftliches Wohlergehen der Kanzlei
10. Höflichkeit der Führungskräfte

Quelle: Datev

Markt

Anwalt darf mit „Scheidung Online spart Zeit, Nerven und Geld“ werben

Bei dem Werbeslogan „Scheidung online spart Zeit, Geld und Nerven“ handelt es sich nicht um irreführende Werbung, wenn hinreichend erläutert wird, auf welche Art und Weise Kosten gespart werden können. Dies geht aus einem Urteil vom 07.03.2013 des Oberlandesgerichts Hamm hervor (Az.: 4 U 162/12). Die Rechtsanwaltskammer Hamm hatte von einem Rechtsanwalt aus Bochum verlangt, diese Form der Werbung zu unterlassen: Sie enthalte unzutreffende Aussagen und habe eine dem berufsrechtlichen Sachlichkeitsgebot widersprechende Anlockwirkung. Dem widersprach das Gericht. Auf die Zeitersparnis hinzuweisen sei schon deshalb zutreffend, da die Kommunikation mit dem Rechtsanwalt elektronisch stattfände und es nicht nötig sei, die Kanzleiräume aufzusuchen. Auch sonst sah das Gericht in der Aussage keine übertrieben reklamehafte Herausstellung. [hez]

Neue Regelungen zur grenzüberschreitenden Tätigkeit von Rechtsanwälten

Die 5. Satzungsversammlung der Bundesrechtsanwaltskammer (BRAK) hat neue Vorschriften für den Umgang mit ausländischen Anwälten formuliert. Der Verweis in §29 BORA auf die Berufsregeln des Rates der Europäischen Anwaltschaften (CCBE) von 1998 ist aufgehoben worden. §29a BORA regelt nun die zwischenanwaltliche Korrespondenz und §29b BORA vor allem die Haftung für das Anwaltshonorar ausländischer Kollegen. Wer als Rechtsanwalt einen ausländischen Rechtsanwalt einschaltet, muss diesen bei der Einschaltung informieren, wenn er eine sich aus der Einschaltung ergebende eigene Verbindlichkeit oder Haftung für das Honorar, die Kosten und die Auslagen des ausländischen Rechtsanwalts nicht übernehmen will. [hez]

Elektronischer Rechtsverkehr

Richtig verbunden

Mit zwei Gesetzesinitiativen soll die elektronische Kommunikation mit der Justiz verbindlich gemacht werden. Bis jetzt wird das elektronische Gerichts- und Verwaltungspostfach (EGVP) kaum genutzt. Nur wenige Gerichte bieten es überhaupt an, über diesen Kanal zu kommunizieren. Die neuen Gesetze sollen der Technologie zum Durchbruch verhelfen.

Das Wichtigste in Kürze:

- Die Pflicht zur Nutzung von elektronischer Kommunikation mit der Justiz wird kommen
- Umstritten ist die Drei-Tages-Fiktion des Zugangs einer Email
- Noch sind aktuelle Email- und viele Kanzleimanagement-Systeme nicht in der Lage, das EGVP einzubinden

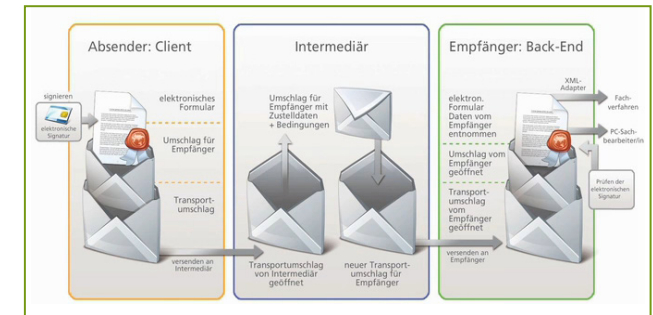
Obwohl der größte Teil der schriftlichen Kommunikation mit dem Mandanten per Email abläuft - Schreiben ans Gericht werden in aller Regel immer noch ausgedruckt, in einen Briefumschlag gesteckt und per Post verschickt. Wahrscheinlich hat es auch Sie schon einmal geärgert, dass es nicht einfacher, also per Email, geht. Zwei Gesetzesinitiativen wollen nun die elektronische Kommunikation von Rechtsanwälten mit der Justiz nun gesetzlich vorschreiben. Ein Gesetzesvorschlag stammt von einer Arbeitsgruppe der Bundesländer Hessen, Baden-Württemberg, Berlin, Niedersachsen und Sachsen. Der andere ist aus der Feder

des Bundesministeriums für Justiz. Das bereits existierende elektronische Gerichts- und Verwaltungspostfach (EGVP) wird von Rechtsanwälten derzeit kaum genutzt.

„Die elektronische Kommunikation ist aktuell mit einer Vielzahl von Gerichten gar nicht möglich und zudem viel zu kompliziert“, sagt Rechtsanwalt Horst Leis von der Kanzlei SNP Schlawien aus Düsseldorf und Mitglied des geschäftsführenden Ausschusses der AG Kanzleimanagement im DAV. Viele Gerichte bieten immer noch kein EGVP an. Wo es dennoch der Fall ist, macht der Systembruch zwischen EGVP und den üblichen Email- und Kanzleiverwaltungsprogrammen die Arbeit schwer. Vorgänge müssen hin und her kopiert und zwischengespeichert werden. Der EGVP-Email-Eingang muss zusätzlich separat überprüft werden und läuft an der üblichen Kommunikationstechnik, wie etwa Outlook, vorbei.

Doch nicht nur hier liegen die Schwierigkeiten. Immer noch gibt es kein einheitliches Format, in dem elektronische Akten zwischen Gericht und Rechtsanwalt ausgetauscht werden können. „Im Augenblick ist das einheitliche Format der schriftliche Postweg auf Papier“, sagt Leis. Dabei wäre es technisch möglich, elektronische Schriftsätze mit Metadaten zu ergänzen, in denen etwa die Beteiligten und der Anwalt benannt sind und die ohne Weiteres in das Aktensystem des Gerichts automatisiert übernommen werden könnten. Bis jetzt werden diese Informationen den Schriftstücken auf Papier entnommen - und eingetippt.

In Österreich ist man bereits viel weiter: Seit 1990 gibt es im Nachbarland den elektronischen Rechtsverkehr. Seitdem ist er ständig weiterentwickelt worden. Im Jahr 2012 wurden nach Angaben des österreichischen Justizministeriums rund 4,2 Millionen Schriftsätze bei Gericht eingereicht. Seit 1999 ist auch der Rückkanal vom Gericht zum Nutzer



So funktioniert das EGVP (Quelle: egvp.de)

gewährleistet. Hier wurden 2012 insgesamt 6,8 Millionen elektronische Sendungen durchgeführt - eine Ersparnis für die Gerichte in Höhe von über zehn Millionen Euro allein für Postgebühren.

In Deutschland soll die Pflicht frühestens 2018, spätestens 2022 bundesweit eingeführt sein. Beide Entwürfe sehen vor, dass die Bundesrechtsanwaltskammer ein besonderes elektronisches Anwaltspostfach und ein Verzeichnis der elektronischen Adressen der Anwaltschaft schaffen soll. Schreiben, die aus dem Anwaltspostfach bei Gericht eingehen, sollen ohne qualifizierte Signatur als rechtsgültig unterschrieben behandelt werden. Wegen der Ähnlichkeit beider Gesetzesvorschläge scheint es so, dass es noch in diesem Jahr zu einem Kompromiss kommen wird.

Doch noch sind verschiedene Punkte umstritten: So kritisiert der Deutsche Anwaltverein (DAV) den möglichen Verzicht auf eine elektronische Signatur, wie ihn die Entwürfe vorsehen. Dies würde die Kommunikation mit den Gerichten unsicherer machen. Zudem bemängelt der DAV, dass Schriftstücke, die das Gericht dem Anwalt elektronisch übermittelt, spätestens nach drei Tagen als zugegangen gelten. Diese Regelung würde dazu führen, dass automatisch wichtige Fristen in Gang gesetzt würden.

Das bisherige Empfangsbekenntnis würde dadurch ersetzt. Hier sieht der DAV eine Abweichung von der Regel, dass ein Schriftstück erst als zugegangen gelten kann, wenn es wissentlich und willentlich zur Kenntnis genommen wurde. Eine bloße „technische Zustellung“ sei nicht ausreichend.

Es sind lösbare Aufgaben. Grundsätzlich gilt: Durch die neuen Gesetzesinitiativen wird die Digitalisierung der Rechtsanwaltsarbeit in Kanzleien und Unternehmen weiter vorangetrieben. Rechtsanwälte sollten sich beizeiten darauf vorbereiten. „Die elektronische Akte und vernünftige Dokumentenmanagementsysteme sind dann unerlässliche Werkzeuge“, sagt Ulrich Volk, Rechtsanwalt in Wiesbaden und Vorsitzender des Ausschusses elektronischer Rechtsverkehr des DAV. Die elektronische Kommunikation hat sich längst durchgesetzt. Bald dann auch vor Gericht. [hez]

Infos:

• Elektronisches Gerichts- und Verwaltungspostfach: <http://www.egvp.de/>

• Gesetzentwurf Bundesregierung: <http://dipbt.bundestag.de/dip21/brd/2012/0818-12.pdf>

• Gesetzentwurf Bundesrat: <http://dipbt.bundestag.de/dip21/btd/17/116/1711691.pdf>

Best Practice: Mandantenzufriedenheit

Feedback für die Arbeit

Rechtsanwälte werden in Zukunft immer stärker darauf angewiesen sein, ihre Leistung passgenau auf den Mandanten zuzuschneiden. Feedback ist dabei ein wichtiges Werkzeug, um die eigene Arbeit bewerten und verbessern zu können. Wie finde ich heraus, ob der Mandant mit der Leistung der Kanzlei zufrieden ist? Welche Methoden gibt es? Was bringen sie?

Das Wichtigste in Kürze:

- Vor einer Mandantenbefragung müssen die Ziele festliegen: Soll nur die Zufriedenheit abgefragt werden oder auch ein zukünftiger Bedarf?
- Mandantenbefragungen können dazu genutzt werden, auf neue Dienstleistungen aufmerksam zu machen.
- Skalierbare Antworten ermöglichen den Vergleich und lassen auf eine Veränderung schließen. Freitextantworten bringen auch Überraschungen.

Damit hatte niemand gerechnet. Alle Mandanten waren mit der Arbeit der Kanzlei sehr zufrieden. Doch die Freitextantworten brachten Erstaunliches zutage: Unabhängig voneinander wiesen sechs Mandanten darauf hin, dass sie gehört hätten, eine Mitarbeiterin der Kanzlei würde auf dem Markt gerne über das eine oder andere Detail aus den Mandaten plaudern.

„Es passiert immer wieder, dass man Überraschungen erlebt, wenn man die Mandanten nach ihrer Einschätzung

fragt“, sagt René R. Schleus, geschäftsführender Gesellschafter, der SMF Schleus Marktforschung GmbH aus Hannover. Das Unternehmen hat sich auf Mandantenbefragungen spezialisiert. „In der Beziehung zwischen Mandant und Rechtsanwalt ist es immer noch nicht üblich, dass Kritik offen kommuniziert wird“, sagt Schleus. Bei anderen Dienstleistungen und Arbeiten ist es längst alltäglich, dass man den Kunden fragt, ob er mit der Leistung zufrieden war. Bei Rechtsanwälten äußert sich die Kritik darin, dass der Mandant sich schlicht einen anderen Rechtsanwalt sucht oder sogar negative Mundpropaganda betreibt.

Für Sie ist dies gleich doppelt misslich. Sie verlieren mit ihrem Kunden Einnahmen und einen Multiplikator, der Sie gegebenenfalls weiterempfiehlt. Gleichzeitig verlieren Sie außerdem die Möglichkeit, durch die Kritik besser zu werden. Es ist also sinnvoll, hier vorzusorgen. Doch sind die Mandanten nicht in erster Linie daran interessiert, dass sich der Rechtsstreit in ihrem Sinne entscheidet? Nicht unbedingt, sagt Marktforscher Schleus. Anhand der Mandantenbefragung kann man feststellen, was dem Mandanten wirklich wichtig ist. „Die Befragungen ergeben im Regelfall, dass die Mandanten eine realistische Einschätzung zum Ausgang eines Rechtsstreits positiv bewerten.“ Wer hingegen das Blaue vom Himmel erzähle, erhalte bei der Befragung schlechte Bewertungen.

Noch einen weiteren Vorteil hat die Mandantenbefragung: Sie kann sich als eine Form der Wertschätzung äußern. Ihre Meinung ist uns wichtig, lautet die Botschaft.

Intensiv werden Mandantenbefragungen bei der Kanzlei Brauer & Kollegen aus Frankenthal seit rund zehn Jahren eingesetzt. Schon im Wartezimmer liegen Fragebögen aus, die die Mandanten vor Ort ausfüllen und abgeben können. Standardmäßig wird nach dem Abschluss eines Mandats

ebenfalls ein Bogen mit Fragen versendet. Einmal im Monat werden die Ergebnisse analysiert. „Die Zufriedenheit unserer Mandanten ist das A und O unserer Arbeit“, sagt Rechtsanwalt Joachim Sohn. Je größer die Zufriedenheit, desto öfter wird die Kanzlei weiterempfohlen. Schlechte Bewertungen versuchen die Anwälte, zu analysieren: Was ist eventuell falsch gelaufen? Was könnte besser sein?

Aber auch positives Feedback ist wichtig: „Es gibt einem das Gefühl, dass es richtig ist, wie man sich die Jahre gegenüber den Mandanten verhalten hat.“ Aufschlussreich sind die Freitextantworten. Oft sind es Rahmenbedingungen, die von den Mandanten bemerkt werden. Etwa ein fehlender Fahrstuhl oder Probleme bei der Parkplatzsuche. Dabei hält die Kanzlei ausreichend Parkplätze vor. Und die Frage des Fahrstuhls hat sich noch nicht als so wichtig herausgestellt, dass das Geld hierfür investiert werden müsste. Es ist also auch immer eine Entscheidung der Kanzlei, welche Schlüsse aus der Kritik gezogen werden müssen.

Interessant ist für Brauer & Kollegen insbesondere, wie die Mandanten auf sie aufmerksam geworden sind. Schließlich lässt sich daran ablesen, ob sich die Investitionen in die Webseite oder in Werbeanzeigen auch gelohnt haben.

Wichtig ist es festzulegen, was man eigentlich herausfinden möchte. Allein die Zufriedenheit abzufragen, ist eine Möglichkeit. Dadurch können Stärken und Schwächen herausgefiltert werden. Eventuell ist auch ein internes Benchmarking möglich. Warum fühlen sich die Mandanten bei einem Rechtsanwalt wohler und beim anderen nicht? Plötzlich ist es möglich, innerhalb der Kanzlei Best-Practice-Beispiele zu formulieren. Die Befragung der Mandanten über Skalen bietet sehr gute Vergleichswerte. Ist die Zu-

friedenheit insgesamt gestiegen? Wo muss eventuell nachgesteuert werden? Wichtig sind allerdings auch Freitextantworten. Nur sie lassen die Chance, auch ganz unerwartete Erkenntnisse aus der Befragung zu gewinnen.

Um vernünftige Aussagen aus der Befragung zu ziehen, sollte die Umfrage schon rund 100 Mandanten umfassen. Nur dann lässt sich sagen, ob es sich lediglich um Einzelmeinungen handelt oder eine Tendenz erkannt werden kann. Interessant sind hierfür auch Kombinationen aus schriftlichen Befragungen und anschließenden Gesprächen mit einer Auswahl der wichtigsten Mandanten. In diesen Gesprächen kann allgemeine Kritik aufgegriffen werden und nach Hintergründen gefragt werden. Ob dies von der Kanzlei selbst durchgeführt werden sollte oder eher durch eine unabhängige Instanz, muss jeder Rechtsanwalt selbst entscheiden.

Die Ergebnisse können zudem als Marketinginstrument eingesetzt werden. Auf der Homepage oder in Kanzleibroschüren kann auf die besonders hohe Zufriedenheit der Mandanten hingewiesen werden. Die Qualität der Kanzlei wird dann nicht mehr nur behauptet, sondern auch mit den Ergebnissen aus der Befragung belegt. [hez]

Infos:

· <http://www.schleus-mafo.de/mandantenmonitor/mandantenmonitor-ueberblick>

Mögliche Fragen in einer Mandantenbefragung

Die Bewertung erfolgt in Noten von 1 (sehr gut) bis 6 (ungenügend)

- Fühlen Sie sich mit Ihrem Anliegen bei uns gut aufgehoben?
1 2 3 4 5 6
- Werden Ihre Fragen zeitnah und zügig beantwortet?
1 2 3 4 5 6
- Werden Sie auf Gerichtsverfahren gut vorbereitet?
1 2 3 4 5 6
- Finden Sie auf unserer Homepage die Informationen, die Sie brauchen?
1 2 3 4 5 6
- Verstehen wir es, die rechtliche Lage in verständlicher Sprache zu erklären?
1 2 3 4 5 6
- Würden Sie uns weiterempfehlen?
 Ja Nein

Impressum

Herausgeber:

Arbeitsgemeinschaft Kanzleimanagement
im Deutschen Anwaltverein e.V.

RA Ralph Binder
(Vorsitzender der Arbeitsgemeinschaft Kanzleimanagement)
Dr.-Hans- Kapfinger-Str. 22
D - 94032 Passau
E-Mail: [kanzlei\(at\)binderpartner.net](mailto:kanzlei(at)binderpartner.net)

Geschäftsstelle:
Littenstraße 11
10179 Berlin

Tel.: 030/72 61 52 - 148
Fax: 030/72 61 52 - 163
E-Mail: [guckes\(at\)anwaltverein.de](mailto:guckes(at)anwaltverein.de)

Redaktion:

Henning Zander [hez]
Mitarbeit: Benjamin Bode [bod]

Layout:

Birte Schlimbach
www.bird-design.de