

Stärkung der Anwaltschaft im Wettbewerb:

Die Initiative „Anwälte – mit Recht im Markt“



Der Wettbewerbsdruck auf kleine und mittlere Anwaltskanzleien wächst. Mit der geplanten Liberalisierung des Rechtsberatungsmarktes werden Banken, Versicherungen und Unternehmensberater zunehmend zur direkten Konkurrenz. Sie drohen, den Anwälten mit großer Markt- und Marketingmacht wesentliche Teile des außergerichtlichen Beratungsgeschäfts streitig zu machen. Die im Auftrag der Bundesrechtsanwalts-

kammer konzipierte und umgesetzte Initiative „Anwälte – mit Recht im Markt“ hat einen Einstellungswandel bei den Anwälten angestoßen, um sie fit für diesen Wettbewerb zu machen.

Ausgangslage

Ein interne Untersuchung der Bundesrechtsanwaltskammer hat gezeigt: Das Image der Anwälte hält viele Bürger vom Gang zum Anwalt ab: bei vielen von ihnen gilt anwaltliche Beratung als intransparent, schwer verständlich, teuer und wenig serviceorientiert. Um sich im Markt zu behaupten, sind deshalb gezieltes Eigen-Marketing und eine verstärkte Dienstleistungsorientierung nötig. Viele der mehr als 140.000 Anwälte haben auf diese Herausforderungen bisher nicht ausreichend reagiert. Die Bundesrechtsanwaltskammer als Dachorganisation der Anwaltschaft will dies ändern. Sie will die Anwälte unterstützen, sich auf die Marktöffnung vorzubereiten.

Strategie

Mit der Initiative „Anwälte – mit Recht im Markt“ wird auf einen Image-Wandel durch ein verändertes Auftreten der Anwälte im Markt gesetzt. Die Initiative richtet sich nach innen und soll dazu anregen, sich stärker an den Bedürfnissen der Mandanten zu orientieren und dabei helfen, dies nach außen zu vermarkten. Dieser Ansatz erzielt eine langfristige und nachhaltige Wirkung, die über die kurzfristigen Effekte einer nach außen gerichteten Image-Kampagne hinausgeht. Ins Zentrum wurde die konkrete Unterstützung der Anwälte im Veränderungsprozess gestellt, nach dem Motto: „Sie bereiten sich vor. Wir helfen Ihnen dabei.“

Umsetzung der Initiative: „Sie bereiten sich vor. Wir helfen dabei“

Als Takt- und Themengeber der Initiative wurde eine Anzeigenkampagne gestaltet, die sich über das gesamte Jahr 2006 erstreckte. Mit provokativen Motiven lenkte sie die Aufmerksamkeit auf die neuen Notwendigkeiten des Marktes: verständliche Sprache, transparente Honorare und Abläufe, Dienstleistungsorientierung und kontinuierliche Fortbildung.

Insgesamt sechs Motive wurden im BRAK-Magazin, der Mitgliederzeitschrift der Bundesrechtsanwaltskammer, geschaltet. Zusätzlich erhielten die 28 regionalen Rechtsanwaltskammern für ihre Kammermitteilungen Druckvorlagen und farbig gedruckte Einlegerseiten mit den Anzeigen.

Unterstützung der Anwälte

Um den Anwälten die Veränderungen zu erleichtern, wurde jede Anzeige von thematisch passenden Angeboten zur Unterstützung begleitet. Die Broschüre „10 Fitmacher für den Wettbewerb“ diente als Einstieg, mit zehn schnell umsetzbaren Aktionsideen zur Stärkung der eigenen Kanzlei. Für Anwälte, die eine ausführlichere Anleitung in Handbuchform suchen, wurden die drei Leitfäden zu den Themen „Kanzleistrategie“, „PR & Werbung“ und „Mandantenbindung & Akquise“ erstellt. Diese sind – im Gegensatz zu den eher wissenschaftlichen Veröffentlichungen auf dem Buchmarkt – sehr praxisnah ausgelegt und erläutern Schritt für Schritt auf jeweils 64 Seiten, wie man als Anwalt seine Kanzlei besser auf den Markt ausrichtet.

Internetseite

Zur Initiative wurde eine eigene Internetseite, www.anwaelte-im-markt.de, geschaffen. Sie bietet im passwortgeschützten Anwaltsbereich Informationsmaterialien, einen Newsletter, ein Diskussionsforum, Downloads und Bestellmöglichkeiten. Ein eigener Extranet-Bereich versorgte während der Kampagne die regionalen Anwaltskammern mit aktuellen Informationen und Vorlagen für die Kammerarbeit vor Ort.

Werbematerialien für die Mandanten

Die Anwälte sollten zu Botschaftern der Initiative werden. Dazu wurden Werbe- und Informationsmaterialien, die die Anwälte an ihre Mandanten verteilen können konzipiert und umgesetzt: Ein Werbeflyer vermittelt auf pointierte Weise, wieso Anwälte im Gegensatz zu anderen Beratern „mit Recht im Markt“ sind. Die Broschüre „Was Sie für Ihren Anwaltsbesuch wissen sollen“ beantwortet die wichtigsten Fragen rund um den Ablauf und die Kosten anwaltlicher Beratung und soll helfen, Vorbehalte gegenüber Anwälten abzubauen.

Darüber hinaus wurde im Rahmen der Initiative das eigens konzipierte „Langenscheidt-Wörterbuch für Ihren Anwaltsbesuch“ herausgegeben. Anwälte, die es ihren Mandanten schenken, signalisieren damit ihren Willen zu einer verständlichen Sprache. Neben der direkten Werbewirkung unterstützen diese Materialien den Veränderungsprozess: Wer ein Wörterbuch an Mandanten verschenkt, wird sich erst recht bemühen, verständlich zu sprechen.

Ergebnis

Die Initiative hat einen Anstoß für Veränderungen in der Anwaltschaft gegeben. Dies zeigt eine erste Zwischenbilanz nach einem Jahr: Viele Anwälte befassen sich intensiv mit den Themen der Initiative. Mehr als 13.000 kostenpflichtige Leitfäden sind bereits bestellt worden. Insgesamt haben bereits 20 Prozent der sehr heterogenen Anwaltschaft die Unterstützungsangebote aktiv genutzt. Das Interesse hält auch über die Anzeigenkampagne hinaus an. So trägt die Initiative durch Veränderung von innen dazu bei, die Anwaltschaft nachhaltig im Wettbewerb zu stärken.



Sven Griemert und **Burkhard Rüdiger** arbeiten als Seniorberater im Bereich CSR bzw. Berater bei [Johanssen + Kretschmer](#) Strategische Kommunikation GmbH in Berlin. Zu ihren Kunden gehört unter anderem die Bundesrechtsanwaltskammer.

