

Christian Solmecke

Kanzleiarbeit im digitalen Zeitalter: ein Erfahrungsbericht

In den letzten Jahren hat sich die Arbeit in unserer Kanzlei grundlegend gewandelt. Unsere internen Arbeitsprozesse wurden dem digitalen Wandel angepasst und auch bei der Akquise neuer Mandanten haben wir einen – für Rechtsanwaltskanzleien – doch ungewöhnlichen Weg gewählt. Wir sind sowohl in den Medien, als auch auf allen Social Media Kanälen sehr präsent und nutzen die Tatsache, dass sich Informationen heutzutage in Windeseile verbreiten. Die Menschen wollen so schnell wie möglich Zugriff auf die neuesten Nachrichten haben und das bieten wir Ihnen im Bereich des Medienrechts.

Unser Anwaltsmarketing begann damals mit einem simplen Blogpost. Darin positionierten wir uns mit einer klaren Meinung zum Thema Filesharing, das erstmals in den Medien hochkochte. Der Post ging zunächst in der Bloggerszene rum und schließlich wurden auch die Medien auf mich aufmerksam. Es kam eine erste Anfrage vom ZDF, zu dem Fall Stellung zu nehmen. Die erste von vielen Anfragen, denn wer sich einmal fundiert zu einem Thema geäußert hat, kann schnell als Experte auf dem Gebiet von den Medien angesehen werden und wird demzufolge immer wieder gerne gefragt. Mittlerweile habe ich über 200 Fernsehauftritte absolviert.

Um das Internet optimal als Marketinginstrument zu nutzen, gibt es fünf wichtige Aspekte, die es zu beachten gilt.

Ein repräsentativer Kanzleiauftritt

Über unsere Webseite posten wir tagtäglich neue Blogtexte und berichten über aktuelle Urteile oder Themen, die das Medienrecht betreffen. Immer sind es für Laien verständliche Texte, die juristisch veredelt und oft kontrovers in den Kommentaren diskutiert werden. Beispiel: Unser Blogtext zu der Sperrung und Festnahme von kinox.to. Alle berichteten nur über die Hintermänner, doch uns war klar, dass sich auch die Nutzer nun fragen müssen, ob sie rechtliche

Konsequenzen zu fürchten haben. Über eine viertel Million Menschen erkundigten sich auf unserem Blog nach der aktuellen Rechtslage. Auch die Medien wurden wieder auf uns aufmerksam und so wurden wir wellenartig wieder in der Berichterstattung mitgenommen.

Am besten ist es immer, wenn man über eigene Gerichtserfolge oder Fälle berichtet. Vor ein paar Jahren hat die Kanzlei das Morpheus Urteil beim BGH erstritten. Die direkte Berichterstattung über die sozialen Netze aus dem Gericht, hat viele Nutzer sehr interessiert und auf unsere Kanzlei aufmerksam gemacht.

Wichtig für eine erfolgreiche Website ist auch die Möglichkeit einer leichten und schnellen Kontaktaufnahme, sei es über ein Kontaktformular oder über eine Hotline. Zudem verschicken wir wöchentlich einen Newsletter an unsere Abonnenten mit den am meisten gelesenen Beiträgen. Nach Google ist der Versand des Newsletters eines unserer größten Traffic Bringer.

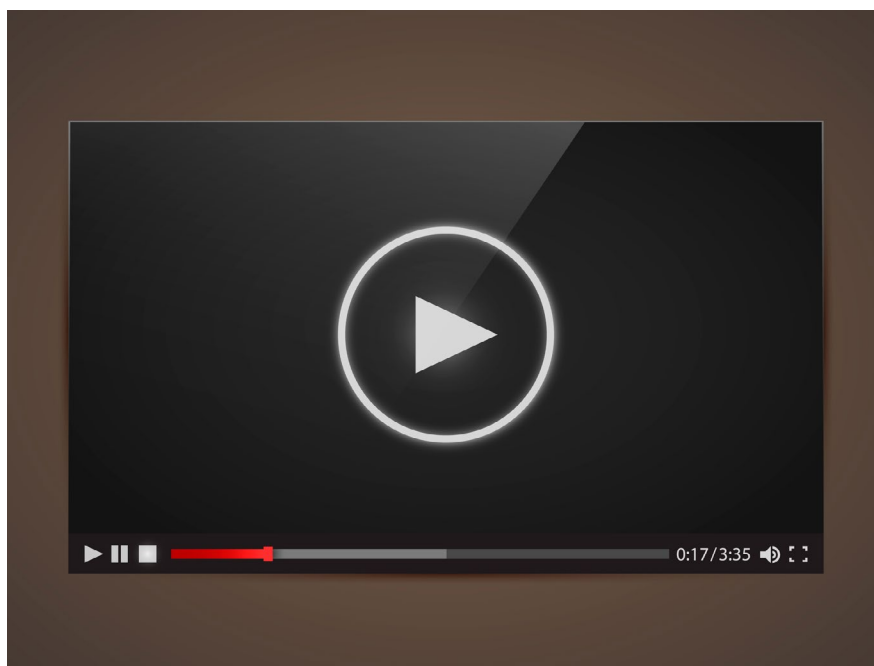
Im Netz kann es zuweilen schwierig sein, Vertrauen zu den potenziellen

Mandanten aufzubauen. Gerade im Beratungsgeschäft ist das Vertrauen zu einem Anwalt und seiner Kompetenz auf dem Gebiet entscheidend. Aus diesem Grund nutzen wir verschiedene Zertifikate wie ecomi und auch Gütesiegel wie TrustedShops. Schlechte Bewertungen sind dabei in Kauf zu nehmen und können zu Optimierungszwecken sogar vorteilhaft sein.

Der Youtube Kanal: Vertrauen durch Nähe aufbauen

Da Vertrauen häufig auch mit einem Erleben der Person zu tun hat, zählt zu unserer Erfolgsstrategie auch der Aufbau eines Youtube Kanals. Über den Kanal kommen die Nutzer direkt mit dem Anwalt in Berührung. Sie wissen wie er wirkt und spricht und können mit ihm interagieren. Mittlerweile senden wir ein Video pro Tag. Darin klären wir, ebenso wie in unserem Blog, über diverse juristische Sachverhalte auf. Youtube ist nach Google die zweitgrößte Suchmaschine, daher lohnt es sich

Marketingstrategie: Kanzleiauftritt via Youtube.



www.fotolia.com © hobbitfoot

für uns, Arbeit in unseren Videokanal zu investieren. Vorteilhaft ist auch, dass sich auf diesem Kanal noch nicht so viele Juristen tummeln. Von daher kommt man mit seinem Kanal relativ schnell in die Top 10 und kann sich mit guten Themen schnell platzieren. YouTube kann auch gut zur Mitarbeitergewinnung genutzt werden. Das gibt dem Unternehmen ein modernes Image und erreicht eine viel breitere Masse. Wir haben z. B. anhand eines Videos erfolgreich eine Rechtsanwaltsfachangestellte gefunden.

Die SEO Optimierung

Wer bei der Suchmaschine Google gut gefunden werden will, kommt an einer guten SEO Maßnahme nicht vorbei. Zu einer SEO Strategie gehört es seine Blogtexte nach bestimmten Keywords zu optimieren. Derjenige, der weiß, was besonders viel gesucht wird, kann einen entsprechenden Text liefern und steigt im Ranking bei Google nach oben. Zusätzlich ist es hilfreich bei Kooperationen mit den Medien sogenannte Backlinks zu fordern. Verlinken mehrere Seiten immer wieder auf eine Webseite, steigt die Popularität der Webseite auch bei Google. Gegebenenfalls kann sich auch eine Suchmaschinenwerbung für bestimmte Rechtsgebiete lohnen. Hier sollte im Einzelfall genau geschaut werden, ob das Kosten-Nutzen Verhältnis stimmt. Die Goldgräberzeiten sind hier auf jeden Fall vorbei.

Die Nutzung der sozialen Medien

Die Facebookseite der Kanzlei „Die Aufklärer“ hat mittlerweile fast 20.000 Fans. Auch hier werden die Nutzer über die neuesten Nachrichten aus der Jura-Welt versorgt. Viele Mandatsanfragen (3–4 pro Woche) kommen aber tatsächlich über meine private Facebook Seite, die ich halb privat, halb beruflich nutze. Ich Sorge dafür, dass die Menschen, die mir folgen, immer zuerst an mich denken, wenn sie einen Anwalt für Medienrecht suchen. Je präsenter ein Anwalt in den sozialen Medien ist, desto eher wird er bei den Menschen in Erinnerung bleiben und weiterempfohlen werden. Die sozialen Medien helfen aber auch dabei, immer auf den neuesten Stand zu bleiben. Das ist besonders wichtig, wenn es darum geht sich schnell mit einer Meinung zu einem bestimmten Thema zu platzieren.

Die Pressearbeit

Auch die Pressearbeit ist für die Mandatsakquise von Bedeutung. Über die Kooperation mit den Medien werden viele Menschen erreicht, die sich bei der Suche nach einem kompetenten Anwalt eher an jemanden wenden, dessen Namen sie schon einmal gehört haben. Dazu zählen auch Fach- und Buchveröffentlichungen. Immer wieder werde ich gefragt, wie man es schafft so präsent zu sein und gleichzeitig seine Mandate zu bearbeiten. Das geht in der Tat nur, wenn man die Fälle an Kollegen abgeben kann und gleichzei-

tig eine gewisse Standardisierung bei der Bearbeitung der Fälle vornimmt.

Software Winni für interne Prozesse

Für die Standardisierung hilft es sich moderner Software wie Winni zu bedienen, die den Arbeitsablauf in der Kanzlei wesentlich erleichtert. Die Post wird automatisiert über Postversandzentren mit eingescannten Unterschriften versandt, Faxe und E-Mails werden direkt den e-Akten zugefügt. Das ermöglicht auch ein ortsunabhängiges Arbeiten. Die Kanzleipartner haben außerdem einen schnellen Überblick über die aktuellen Kostenquoten und Umsätze der Mitarbeiter. Schließlich verfügt das Programm über ein automatisiertes Mahnsystem. Dadurch konnten Zahlungsausfälle halbiert werden.

Die erste Lizenz für das Programm, das unter meiner Anleitung entwickelt wurde, habe ich bereits befreundeten Anwälten zur Verfügung gestellt. Mit einem der führenden Cloudanbieter Visdio entwickle ich auf dieser Basis eine reine Cloudbasierte Anwaltssoftware, die Mitte 2017 zur Verfügung stehen wird. Es wird weder eine Installation nötig sein, noch ein IT-Support. Die Daten werden in einem vom BSI zertifizierten Hochsicherheitszentrum verarbeitet. Krankenhäuser und Steuerberater nutzen ähnliche Systeme bereits erfolgreich. Es wird Zeit, dass die Anwaltskanzleien nachziehen. Das besondere elektronische Postfach kommt ohnehin. Es ist also nur eine Frage der Zeit, bis sich die digitale Praxis auch im Anwaltsgeschäft etabliert.

INFORMATIONEN ZUM AUTOR

Christian Solmecke hat sich als Rechtsanwalt und Partner der Kölner Medienrechtskanzlei WILDE BEUGER SOLMECKE auf die Beratung der Internet und IT-Branche spezialisiert. So hat er in den vergangenen Jahren den Bereich Internetrecht/ E-Commerce der Kanzlei stetig ausgebaut und betreut zahlreiche Medienschaffende, Web 2.0-Plattformen und App-Entwickler.

Christian Solmecke ist Autor diverser Veröffentlichungen, z.B. von *Fehring/ Solmecke: Der Social-Media-Leitfaden für Kommunen - Wege zum erfolgreichen Einsatz der sozialen Medien in den Kommunalverwaltungen*:

- Auswahl und Aufbau der relevanten Netzwerke (Facebook – Twitter – Google+ – Youtube)
- Social Media richtig integrieren (Projektmanagement – Aufbau von Redaktionen – Erstellung interner Leitlinien – Social-Media-Monitoring)
- Social-Media-Auftritt rechtssicher gestalten (Vergaberecht – Impressum – Datenschutz – Haftung)

Richard Boorberg Verlag, 2016, ca. 160 Seiten, ca. € 25,-, ISBN 978-3-415-05207-9.

Fazit

Wer in Zukunft als Anwaltskanzlei konkurrenzfähig bleiben will, sollte sich bereits heute mit den Möglichkeiten einer Digitalisierung der Arbeitsprozesse befassen und sich trauen, bei der Mandatsakquise auch mal den konservativen Pfad zu verlassen.



Christian Solmecke,
Rechtsanwalt, Köln
solmecke@wbs-law.de