

Digitale Kommunikation

Teil 3: Tipps für die externe digitale Kommunikation

Digitale Lösungen können Hürden bei der Kontaktaufnahme überwinden

Erstkontakt mit Mandantinnen und Mandanten

Der Erstkontakt mit einer Kanzlei kann für einen Laien erst einmal mit einem mulmigen Gefühl verbunden sein. Das kommt mitunter daher, dass man sich schließlich selten in schönen und ruhigen Lebensphasen (rechtliche) Beratung sucht, aber sicher ist es auch mit einer gewissen Art von automatischer Sorge vor enorm hohen Kosten verbunden. Hohe Beratungskosten schrecken so sehr ab, dass man es sich dreimal überlegt, ob man überhaupt Kontakt aufnehmen möchte. Moderne Techniken können hier dabei helfen, die Scheu der potentiellen Mandantinnen und Mandanten zu überwinden.

Einfache Kontaktaufnahme: Kontaktformulare auf der Kanzleiwebsite

Viele Mandanten und Mandantinnen werden heute über den Online-Auftritt auf die Kanzlei aufmerksam. Das sollten Sie für Ihre digitale Kommunikation beachten und für sich nutzen: Auf der Website können Sie z. B. ein Kontaktformular zur Verfügung stellen, über das potenzielle Mandantinnen und Mandanten schnell und einfach Erstkontakt mit Ihnen aufnehmen können, indem sie ihr Anliegen, Namen, Telefonnummer und E-Mail hinterlassen. Über entsprechende Anwendungen wie etwa Type-Form oder Gravityform lassen sich unkompliziert und schnell entsprechende Daten aufnehmen und Grundsätzliches abfragen. Die entsprechenden Formulare sind einfach zu individualisieren und können so themenabhängig angepasst werden, so dass Mandantinnen und Mandanten diese intuitiv und angenehm ausfüllen können. Einmal erstellt, läuft die Datenerfassung somit also „von allein“, spart Zeit und Arbeit auf Kanzleiseite und bietet darüber hinaus auch die Möglichkeit, die entsprechend gebündelten Daten geordnet zu verwahren – optimalerweise gekoppelt mit einer Software.

Machen Sie sich Ihre Kanzleisoftware zu Nutze

Viele Kanzleisoftware sind kompatibel mit Datenerfassungs-Anwendungen wie Typeform oder Gravity-Form, können das Erfassungsformular als Vor-Akte anlegen und diese dann übernehmen. Das entlastet das Sekretariat, das sonst entweder beim Mandanten oder der Mandantin anrufen oder die Daten vom Erfassungsmedium in die Akte übertragen müsste. Mit dem Ausfüllen des Online-Erfassungsbogens auf der Kanzleiwebsite legen Mandantinnen und Mandanten bereits ihre wichtigen Stammdaten selbst an. Das Sekretariat muss nur noch die Richtigkeit der Daten kontrollieren.

Anrufe durch Zusammenarbeit mit
Call-Center auslagern

Entlastung der Kanzlei und Steigerung der Mandantenzufriedenheit

Trotz all der neuen digitalen Möglichkeiten: Die höchste Abschlussquote erreicht man immer noch per Telefon. Der (quasi) direkte Kontakt im Gespräch hat somit klare Vorteile, ist aber auch höchst zeitaufwendig. Gerade in stressigen Phasen oder bei großen Wellen an Mandatsanfragen kann eine Kanzlei an ihre Grenzen stoßen. So stellte es sich auch bei meiner Kanzlei vor etwa zehn Jahren dar: Täglich riefen bis zu 200 Filesharing-Mandanten an, die gerade eine Abmahnung von der Musikindustrie wegen der Nutzung einer Tauschbörse erhalten hatten. Als kurzzeitigen, auf wenige Tage befristeten Versuch griffen wir damals auf ein Call-Center zurück. In diesem auf Kanzleien ausgerichteten Call-Center nehmen speziell geschulte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter die Anrufe entgegen. In wirklich dringlichen Fällen wird (auf Wunsch) direkt zum eigentlichen Ansprechpartner bzw. zur eigentlichen Ansprechpartnerin durchgestellt. Ansonsten wird der Fall perfekt strukturiert aufgenommen und mit den so gesammelten Informationen später bearbeitet. Bei uns hatte dieses Verfahren zwar nur als befristete Notlösung begonnen, es hat sich aber so sehr bewährt, dass es zehn Jahre später auch heute noch unser System ist.

Eine echte, menschliche Antwort mit Fachexpertise, die 24 Stunden jeden Tag eingeholt werden kann, ist für Mandantinnen und Mandanten natürlich besonders attraktiv. Ein Call-Center verschafft aber auch der Kanzlei etwas mehr Luft, sich auf anderes zu konzentrieren. Die Kosten liegen hier bei etwa 1,5 bis 3 Euro pro angenommenen Anruf.

Video-Calls als Alternative
zu Mail und Telefonat

Schwierig bleibt übrigens die reine Mandantenakquise per E-Mail. Wendet sich eine potentielle Mandantin oder ein potentieller Mandant per Mail an eine Kanzlei, erwartet sie/er zumeist einen Rückruf. Meine Erfahrung hat gezeigt, dass die Abschlussquoten um ein Vielfaches höher sind, wenn ein persönlicher Rückruf (statt nur einer Mail) erfolgt. Sehr gute Erfahrungen haben wir übrigens mit der Videotelefonie gemacht. Durch die Corona-Pandemie sind Video-Calls eine neue gängige Alternative geworden, durch die beim Face-to-face-Call noch einmal mehr das Gefühl eines persönlichen Dialogs vermittelt werden kann. Hier kann etwa auf die kanzleiinterne Video-Anruf-Plattform zurückgegriffen werden (siehe Teil 2: Interne Kommunikation).

Chatbots: Realistische Lösung
oder Zukunftsvision?

Bestimmt haben Sie auch schon mal eine Website aufgerufen, auf der sich ein Chatfenster mit Chatbot geöffnet hat. Auch für Kanzleien gibt es inzwischen Möglichkeiten, Chatbots auf der Kanzleiwebsite zu implementieren. Diese können erste Hinweise und Orientierung geben. Mit einer vollautomatischen Beratung hat das noch lange nichts zu tun, es geht eher um schlichte Ja-/Nein-Fragen. Hierzu sind Chatbots hervorragend geeignet; sie dienen aber am Ende vor allen Dingen dazu, die Telefonnummer des Anfragenden herauszufinden, damit dieser später im persönlichen Gespräch von den Qualitäten der Kanzlei überzeugt werden kann. Echte Mandatsabschlüsse über Chatbots funktionieren meines Erachtens nur in großen, standardisierten Massenverfahren. Für den Einzelkämpfer oder die Einzelkämpferin können sich die Bots aber lohnen, da die Hürden zur Kontaktaufnahme abgebaut und der Mandantschaft eine gewisse Nähe vermittelt wird.

Bewertungen gehören zu Ihrer digitalen Visitenkarte

Kommuniziert man digital mit den Mandat:innen, dann lohnt sich meist auch eine ebenso digitale Bewertungsanfrage nach Abschluss des (möglichst erfolgreichen) Mandats. Bewertungsplattformen haben in meinen Augen eine enorme Bedeutung für die Akquise im Internet. Gefunden zu werden im heutigen Zeitalter heißt auch, eine Online-Präsenz mit guten Bewertungen zu haben.

Achtung!

Möchte man aber von Mandantinnen und Mandanten Feedback einholen, muss man dies bereits bei Vertragsabschluss ankündigen, sonst gilt die Nachfrage als illegale Spam-Nachricht.

Hat man dies getan und bekommt negatives Feedback, ist es wichtig, mit den Verfassern der Bewertungen in Kontakt zu treten. Man sollte das Feedback ernst nehmen, an sich arbeiten und strukturiert für Verbesserungen sorgen.

Beispiel

Werden von der Mandantschaft zu lange Rückrufzeiten gerügt, sollte die kanzlei-interne Organisation so umstrukturiert werden, dass ein „Rückruf-Mitarbeiter“ etabliert wird, der für die „Erstversorgung“ der (potentiellen) Mandantinnen und Mandanten verantwortlich ist. Die spätere Bearbeitung können z. B. die Fachkolleginnen und -kollegen übernehmen.

Ist man auf die Kritik eingegangen, ist es sehr sinnvoll, den Mandanten oder die Mandantin zu bitten, das negative und nun veraltete Feedback zurückzunehmen. Die Erfahrung zeigt, dass Mandantinnen und Mandanten einer solchen Bitte offen gegenüberstehen, wenn sie merken, dass man auf die Kritik reagiert hat.

(Papierlose) Kommunikation nach außen

Wenn man auch weiterführend eine möglichst digitale Kommunikation mit der Mandantschaft erreichen möchte, gilt das bekannte Motto: „Wie man in den Wald ruft, so schallt es auch wieder heraus“. Das heißt: Auch innerhalb der Kanzlei sollte möglichst viel digitalisiert werden oder im Umkehrschluss auf Briefe an die Mandantschaft verzichtet werden, wenn doch modernere Möglichkeiten zur Verfügung stehen.

Scanner und Postversand

Wichtigster Bestandteil bei der Digitalisierung ist ein guter und schneller Scanner. Denn die zahlreichen – immer noch – in Papier eintreffenden oder zu versendenden Dokumente lassen sich nur so eingescannt in den digitalen Workflow einarbeiten. Bei einem Scanner sollte daher auch nicht am falschen Ende gespart werden. Hochwertigere bzw. robustere Exemplare halten beispielsweise auch einige Tacker oder Büroklammern aus, sind sehr fehlertolerant und gehen hierbei nicht gleich kaputt. Für einen guten Scanner muss man zwar bis zu 3000 Euro berappen – die Anschaffung lohnt sich aber.

Kommunikation mit Gerichten:
Tipps für den Umgang mit dem beA

Die digitale externe Kommunikation umfasst selbstverständlich auch diejenige mit Gerichten. Hier fällt einem zunächst das besondere elektronische Anwaltspostfach (beA) ein, für das seit Januar 2022 die aktive Nutzungspflicht gilt, kommt mit dem beSt aber auch bald auf die Steuerberatung zu. Da der Start recht holprig verlief, war das beA in der Anwaltschaft zunächst sehr unbeliebt.

Doch mit ein paar Kniffen lässt sich das beA ganz passabel nutzen. Findet man z. B. den gegnerischen Kollegen nicht im beA-Suchfeld, dann nimmt man einfach die Safe-ID des Anwalts oder der Anwältin und kopiert diese ins beA. Die Safe-ID findet man im Rechtsanwaltsregister der BRAK. Wem das beA zu unübersichtlich ist, der sollte sich vielleicht einmal mit den integrierten Farbcodes beschäftigen, mit denen Anliegen nach Wichtigkeit markiert werden können. Hilfreich kann es gerade auch bei etwas größeren Kanzleien sein, sich einen gemeinsamen Leitfaden zu erstellen, um die Umgangsweise untereinander abzustimmen. Das macht die Zusammenarbeit zwischen den Teams sowie das Anlernen neuer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter leichter.

Geben Sie moderner Technik
eine Chance!

Doch auch auf Gerichtsseite braucht es einen Wandel in Sachen Digitalisierung. Dass dieser schleichend immer weiter im Gange ist, zeigt auch diese kleine Anekdote, die mir kürzlich einer meiner Referendare erzählt hat: Sein ehemaliger AG-Leiter wehrte sich jahrelang vehement dagegen, seine AGs virtuell durchzuführen. Seine Gründe waren Sicherheitsbedenken, das Verlieren des persönlichen Kontakts und Zweifel an der Technik insgesamt. Irgendwann jedoch führte kein Weg mehr daran vorbei und er musste sich wohl oder übel mit dem Thema auseinandersetzen. Nach einer gewissen Phase des Argwohns kamen sich er und sein Videoanruf-Portal immer näher. Das ging so weit, dass er schlussendlich davon begeistert war und auch bei anderen Kommunikationen auf Videoanrufe umstellte. Dass sich nicht überall eine solche Begeisterung entwickeln wird ist klar, aber der modernen Technik eine Chance zu geben, kann wohl kaum schaden. Und wie in so vielen Bereichen hat gerade bei virtuellen Gerichtsverhandlungen die Corona-Pandemie einen schnellen Wandel erzwungen.

Fazit

Dass ich ein großer Freund der Digitalisierung bin, konnten Sie nicht nur in diesem, sondern auch in den beiden vorangegangenen Teilen des Schweitzer Themas feststellen. Ich will aber auch nicht verschweigen, dass ich bei der Umstellung vom guten alten Papier auf iPad & Co. schon häufig geflucht habe. Es ist wie immer im Leben: Aller Anfang ist schwer. Ich hoffe, ich konnte Sie mit meinen Tipps dazu bewegen einen Schritt aus der Komfortzone herauszutreten und vielleicht auch mal ungewohntes Neuland zu betreten. Ich wünsche viel Erfolg auf diesem neuen, digitalen Weg!

Checkliste

So gelingt die externe Kommunikation

1. Es gibt inzwischen viele Möglichkeiten, die Kontaktaufnahme für die Mandantschaft so einfach wie möglich zu gestalten. Binden Sie z. B. auf Ihrer Kanzleiwebsite ein einfaches Formular zur Kontaktaufnahme ein. Hier kann der Mandant oder die Mandantin sein oder ihr Anliegen und die Daten für eine Rückmeldung hinterlassen.
2. Erhalten Sie viele Anrufe, können Sie darüber nachdenken, ein Call-Center zu beauftragen. Es gibt spezialisierte Call-Center, die auf Kanzleien ausgerichtet sind. Der Vorteil: Mandantinnen und Mandanten erreichen immer eine Ansprechperson und Sie werden nicht in Ihrer Arbeit unterbrochen.
3. Eine nicht zu unterschätzende Rolle spielen auch die Bewertungen, die Ihre Mandantschaft im Internet, z. B. über Google, hinterlässt. Behalten Sie Ihre Bewertungen im Blick – sollte sich darunter negatives Feedback befinden, überlegen Sie, ob Sie kanzleiintern etwas verbessern können und geben Sie dem/der Rezensierenden Rückmeldung.
4. Viele Kanzleien müssen immer noch Papierpost verschicken. Wie die Annahme von Telefonaten lässt sich auch der Versand von Papierpost an externe Firmen auslagern: Diese übernehmen für einige Cent Aufpreis auf das Porto für Sie das Drucken, Besorgen des Couverts, Einpacken, Frankieren und Verschicken.
5. Seit Beginn des Jahres gilt die aktive Nutzungspflicht des beA. Es gibt einige Tipps, die den Umgang mit dem beA erleichtern: Zum Beispiel die Arbeit mit den integrierten Farbcodes, mit denen Anliegen nach Wichtigkeit markiert werden können.



Rechtsanwalt Christian Solmecke

Über 820.000 Abonnentinnen und Abonnenten auf YouTube, Initiator und Geschäftsführer der Kanzleisoftware Legalvisio und Partner der Kölner Kanzlei WILDE BEUGER SOLMECKE mit Spezialisierung auf die Online-Branche – wenn jemand die Digitalisierung von Kanzleien verstanden hat, dann Christian Solmecke. Mit Europas größtem Jura-YouTube-Kanal und dem auflagenstarken Buch [»Legal Tech – Die digitale Transformation in der Anwaltskanzlei«](#) hat Rechtsanwalt Solmecke die Kommunikation und die Außenwirkung von Kanzleien revolutioniert. Im diesjährigen Schweizer Thema erhalten Sie von ihm konkrete Tipps und Strategien, wie Sie die Digitalisierung zu Ihrem Vorteil nutzen können.

Schweitzer Thema »Digitale Kommunikation« auf einen Blick:

Teil 1: Einführung in die digitale Kommunikation: Voraussetzungen, Vorteile & Strategie

Teil 2: Interne Kommunikation

Teil 3: Externe Kommunikation