

Der Anwalt der Zukunft

In Zukunft wird der Wirtschaftsanwalt immer mehr zum Nucleus einer komplexer werdenden, sich noch schneller drehenden Welt. Diese Funktion fordert Fähigkeiten, die weit über die rein juristische Expertise hinaus gehen. Wo und wie sind die Anwälte zu finden, die den künftigen Herausforderungen gewachsen sind?

VON DR. CHRISTIAN ULRICH

Das ist die Welt von heute. Hier: Drang nach vollständig liberalisierten Märkten, nach Abbau von Handelsschranken und nach einer immer schneller werdenden Kommunikation. Global angetrieben, mit immer mehr Unternehmen, die auf den Markt drängen und den Wettbewerb weiter verschärfen, mehr noch, dank des beschleunigten technologischen Fortschrittes bestehende Märkte verändern und ständig neue Märkte kreieren. Dort: Erhöhung der Regulierungsdichte, weil die Staaten die Globalisierung in geordneten Bahnen wissen wollen, um Rechtssicherheit garantieren zu können. Das heisst: Immer mehr Akteure agieren in wechselnden Beziehungen innerhalb eines zunehmend komplexeren regulierten Umfeldes immer schneller miteinander.

Und mittendrin: der Wirtschaftsanwalt.

Die heutigen Entwicklungen verlangen von Unternehmen kürzere Reaktionszeiten und schnellere Entscheidungen. Damit steigt für Anwälte der Zeitdruck. Rechtliche Lösungen werden sofort gefordert. Die erhöhte Wettbewerbsintensität drückt auf die Gewinnmargen, was die Budgets für Rechtsberatung schrumpfen lässt. Gleichzeitig steigert die zunehmende regulatorische Komplexität die Nachfrage nach rechtlichem Spezialwissen. Auch der Wettbewerb unter den Anwaltskanzleien steigt, denn es drängen kontinuierlich Anwälte auch aus dem Ausland auf den heimischen Markt, Para-Legal-Dienstleister bauen ihre Präsenz aus. Ein Rechtsanwalt in der Kanzlei muss künftig schneller, günstiger und fachlich breiter seine Dienstleistung erbringen, denn er steht in verschärfter Konkurrenz zu anderen Anbietern.

Effizienz und Verkaufstalent

Um unter solchen Rahmenbedingungen erfolgreich bestehen zu können, sind zwei Aspekte zentral: Effizienz und Akquise. Je schneller ein Anwalt das Problem des Kunden erkennen, die richtigen Fragen stellen, die entscheidenden Punkte eruieren und zielführende Lösungen erarbeiten kann, desto effizienter ist er. Für eine erfolgreiche Akquisition und eine rasche Problemerkennung muss er das Geschäft des Kunden verstehen. In einer zunehmend komplizierteren Welt wird damit das betriebswirtschaftliche Know-how immer fundamentaler.

Kundenpflege, Kundenakquise

Die sich schneller verändernden Märkte und die immer grösser werdende Zahl der Wettbewerber führen für den einzelnen Anwalt dazu, dass die Menge der Geschäftsbeziehungen zunehmen wird. Dies hat zur Folge, dass Kundenbeziehungen oberflächlicher und damit weniger beständig sind. Ein Wirtschaftsanwalt kann sich nicht mehr auf seinem saturierten bestehenden Kundenstamm ausruhen, sondern hat vermehrt mit Abgängen zur Konkurrenz zu rechnen. Der verschärfte Wettbewerb im Anwaltsmarkt und die Liberalisierung sowie die im Zusammenhang mit der Vereinheitlichung der Berufsregeln für Anwältinnen und Anwälte auf Bundesebene erfolgte Lockerung des Werbeverbots (vgl. Bundesgesetz über die Freizügigkeit der Anwältinnen und Anwälte vom 23. Juni 2000) akzentuieren diesen Aspekt zusätzlich. Er ist daher gezwungen, neben der Mandatsabwicklung verstärkt neue Kunden zu akquirieren und bestehende Klienten von seinen Dienstleistungen immer wieder aufs Neue zu überzeugen. Verkaufskompetenz gewinnt somit an Bedeutung. Eine ausgeprägte kommunikative Fähigkeit bis hin zum ausgewachsenen Verkaufstalent wird wichtiger, weil die Akquisitionsbemühungen in einem knallharten Wettbewerb erfolgen.

Informiertere Klienten verlangen Transparenz

In der Kommunikation gewinnen zudem die neuen Medien an Bedeutung und führen im Bereich der Rechtswissenschaft und Rechtsprechung vermehrt zu Transparenz. Klienten erhalten einfacher Zugang zu juristischem Know-how, sind damit informierter, werden gegenüber ihrem Anwalt kritischer und fordernder. Dadurch sind Anwälte gezwungen, sich und ihre Überlegungen zu erklären, diese ihrem Klienten zu „verkaufen“. Der Verkaufsaspekt wird somit nicht nur in der Kundenbindung und der Akquisition, sondern auch während der Mandatsabwicklung entscheidender.

War for Talents

Will eine Kanzlei in Zukunft erfolgreich sein, wird sie moderne Anwälte rekrutieren müssen, die über Fähigkeiten verfügen, die weit über die rein juristische Expertise hinaus gehen. Diese Anwälte sind begehrt und entsprechend umworben. Der War for Talents wird auch den Anwaltsmarkt erfassen. Als Resultat daraus müssen Kanzleien ein attraktives Umfeld bieten, um interessant zu sein und die gewünschten Professionals gewinnen zu können. Neben finanziellen Aspekten wie Salär oder Höhe der Kanzleikosten bei Partnern müssen die Advokaturen Strukturen bieten, die dem Anwalt der Zukunft jenen Erfolg ermöglicht, den er sucht und der im internationalen Wettbewerb das nötige Renommee verspricht: Dies sind ein schneller Zugang zu juristischem Spezialwissen und eine klare Positionierung. Bei letzterem geht es weniger um die Stellung innerhalb der Anwalts-Community, sondern um die Wahrnehmung der Kanzlei auf Kundenseite und in der Öffentlichkeit. Durch eine klare Positionierung differenziert sich eine Kanzlei von ihren Wettbewerbern und kann dem Konkurrenz- und dem Margendruck begegnen. Zusätzlich erhält der Anwalt eine Story, mit welcher er bestehende Klientenbeziehungen stärken und potentielle Klienten gewinnen kann.

Dr. Christian Ulrich ist Inhaber von Ulrich Associates. Die Ulrich Associates AG mit Sitz in Zürich ist ein national- und international agierendes Unternehmen für Executive Search und Business Development mit Fokus Legal. www.ulrich-associates.com.