

KUNDENZUFRIEDENHEIT

Mit Kommunikation begeistern

von Karin Zecha, gepr. Rechtsfachwirtin und Mediatorin, Krefeld

| Wir leben in einer schnelllebigen und dynamischen Zeit. Umso wichtiger, dass Sie Ihre Mandanten nachhaltig begeistern. Nur so schaffen Sie es, in guter Erinnerung zu bleiben. Dann kommen sie gern wieder, wenn sie erneut rechtlich beraten werden müssen. Der folgende Beitrag zeigt, wie Sie wertschätzend und bewusst mit ihnen kommunizieren. Die Autorin liefert Musterformulierungen und Empfehlungen, mit denen Sie Ihre Ziele erreichen und zugleich Ihre Mandanten begeistern. |

1. Nutzen Sie schon das Honorargespräch positiv für sich

Im alten Rom war das „honorarium“ für Rechtsanwälte ein „Ehrengeld“. Obwohl wir uns im 21. Jahrhundert befinden, tun sich Anwälte oft schwer, erfolgreich in das Gebührengespräch einzusteigen. Nicht nur aus berufsrechtlichen Gründen (§ 49b BRAO – Wertgebührenhinweis) gehört das Thema „Geld“ jedoch unaufgefordert in das Erstgespräch zwischen Anwalt und Mandanten. Auch aus psychologischer Sicht stellt es für Sie einen Vorteil dar, wenn Sie das Honorar offen und frei ansprechen.

Beobachten Sie sich selbst, ob Sie einen positiven Einstieg in das Gebührengespräch mit dem Mandanten wählen oder eher negativ formulieren, z.B.: „Jetzt müssen wir noch das leidige Thema mit meinem Honorar besprechen.“ Vermitteln Sie im Honorargespräch, dass Sie sehr gerne über Ihr Honorar sprechen und Ihnen die Gegenleistung genauso viel am Herzen liegt, wie die Leistung, die Sie für Ihren Mandanten erbringen. Stimmen Sie Ihren Mandanten etwa mit folgender Formulierung positiv ein:

MUSTERFORMULIERUNG / Ins Honorargespräch einsteigen

Wir haben berufsrechtliche Vorgaben, nach denen ich Sie nun gerne darüber aufklären möchte, welche Kosten auf Sie zukommen werden. Erlauben Sie?

Fragen Sie auch ganz selbstverständlich nach einem Vorschuss. Denn was die Fälligkeit angeht, unterscheiden sich die beiden Vertragsleistungen: Während der Mandant seinen Rechtsrat oder seine Vertretung unmittelbar erhält, wird die Vergütung des Rechtsanwalts nach § 8 Abs. 1 S. 1 RVG erst fällig, wenn die Angelegenheit beendet oder erledigt ist. Der Rechtsanwalt muss also vorleisten (RVG professionell 14, 102).

Bevor das Mandat begonnen hat, ist der Mandant besonders bereitwillig, Anwaltsgebühren zu zahlen. Wenn Sie Ihrem Mandanten vermitteln, dass Sie sämtliche Mandanten bezüglich des Vorschusses gleich behandeln, werden Sie erfahren, dass der Mandant nicht aus der Reihe tanzen mag. Stattdessen wird er die vorgeschlagene „Gewohnheit“ annehmen und Ihnen den Vorschuss bezahlen. Sie können z.B. formulieren:

BRAO: „Geld“ gehört unaufgefordert ins Erstgespräch

Zwei Leistungen: Honorar genauso wichtig wie gute Anwaltstätigkeit

Vorschuss offen ansprechen

Mandant ist anfangs besonders zahlungswillig

MUSTERFORMULIERUNG / Vorschuss fordern

In unserer Kanzlei zahlt jeder Mandant vor Beginn meiner Tätigkeit einen Vorschuss auf das Honorar. Dieser beträgt 350 EUR zuzüglich der gesetzlichen Umsatzsteuer.

Vorschuss üblich

Erwähnen Sie auch, dass Vorschüsse in der Schlussrechnung für den Mandanten selbstverständlich verrechnet werden.

2. Präsentieren Sie Ihre Kompetenzen

Gut 163.500 Rechtsanwälte waren zum 1.1.15 in Deutschland zugelassen (Quelle: Mitgliederstatistik der Bundesrechtsanwaltskammer). Auch wenn die Rechtsanwälte seit Jahren das erste Mal leicht weniger wachsen als bisher, darf sich jeder Anwalt fragen: „Was ist mein Alleinstellungsmerkmal?“

Sie agieren kundenorientiert, wenn Sie die Bedürfnisse des Mandanten erkennen und erfüllen. Dabei ist es besonders wichtig, dass Sie sich kundennah und freundlich zeigen. Nicht nur die juristische Arbeit, sondern auch der Service, den Sie anbieten, sollte Qualität haben: Nehmen Sie sich Zeit, hören Sie aktiv zu und stellen Sie die eigenen Kompetenzen oder die des Kanzlei-Kollegen heraus. Spezifizieren und quantifizieren Sie die Art und Weise Ihrer Kompetenzen etwa so:

Reden Sie gut über sich oder Kollegen

MUSTERFORMULIERUNG / Experten-Status herausstellen

Ja, wir können Ihren Fall sehr gerne sofort übernehmen. Ich würde Ihnen ein paar Details (zu Rechtsanwalt X) geben, wenn Sie einverstanden sind. Wir begleiten schon seit 13 Jahren erfolgreich Personen, denen gekündigt wurde; Rechtsanwalt X seit sechs Jahren als Fachanwalt für Arbeitsrecht.

Sie können Ihre Kompetenz auch durch eine besondere Servicequalität präsentieren. Bei einem neuen Mandat, bei dem der Mandant die Kanzlei das erste Mal besuchen möchte, gelingt dies wie folgt:

MUSTERFORMULIERUNG / Mit Nutzen überzeugen

Darf ich Ihnen bei dieser Gelegenheit sofort eine PDF-Anfahrtskizze mailen, dann finden Sie den Weg zu uns besser und haben auch gleich meine vollständigen Kontaktdaten zur Hand.

Kleinigkeiten machen viel aus

3. Hören Sie aktiv zu

In der sich weiter digitalisierenden Arbeitswelt ist Empathie ein wertvolles Gut. Empathie „gibt es nicht im App-Store zu kaufen“. Ein Mandant, der sich akzeptiert und verstanden weiß, fühlt sich bei Ihnen in der Kanzlei wohl und wird wiederkommen. Ein aktiver Zuhörer gibt dem Sprecher vor allem affektive, also emotionale Anteile der gehörten Botschaft wieder.

Drücken Sie auch Emotionen aus

Diese Emotionen können Sie einerseits durch nonverbale Kommunikation vermitteln, indem Sie z.B. nicken, den Kopf wenden, mithilfe der Mimik arbeiten oder dem Mandanten einfach in die Augen sehen. Andererseits können Sie auch durch Sprache aktiv zuhören. Kurze emotional betonte Bestätigungslaute sind eine Basis, um aktiv zuzuhören. Sie zeigen sich auch interessiert, wenn Sie den Mandanten etwas dazu, was er erzählt, fragen oder das Gehörte emotional betont zusammenfassen. Wichtig ist dabei, dass keine kognitive Wertung mitgegeben wird. Das bedeutet, dass Sie während des Zuhörens darauf achten, das Gehörte nicht zu bewerten. Ihre Gestik, Mimik und Körperhaltung sollte darauf ausgerichtet sein, dem Erzählenden das Gefühl zu vermitteln, dass Sie ihm zuhören und nicht „Ihre Antwort vorzubereiten“. Auch bei der Zusammenfassung achten Sie darauf, das Gehörte nicht zu werten. Sagen Sie z.B.:

Seien Sie interessiert, indem Sie den Mandanten z.B. etwas fragen

MUSTERFORMULIERUNG / Sich von der menschlichen Seite zeigen

Wenn ich das richtig verstanden habe, benötigen Sie dringend einen Spezialisten für Arbeitsrecht, der Ihnen hier aus der Misere helfen kann.

Ich höre von Ihnen, dass Sie richtig verzweifelt sind und sich fachliche Unterstützung wünschen.

Sie kommunizieren in der Regel erst erfolgreich, wenn Sie mit Ihrem Gegenüber zwischenmenschlich verbunden sind. Es wird in der Praxis vielfach unterschätzt, dass die Kommunikation auf der Sachebene erst wirklich wirksam und möglich ist, wenn Sie eine Beziehungsebene geschaffen haben.

Über Beziehungsebene erfolgreich Sachebene erreichen

4. Grundregeln der Kommunikation – Checkliste

Wie Sie eine Beziehungsebene schaffen, zeigt die folgende Checkliste auf. Betrachten Sie Ihren Gesprächspartner als den wichtigsten Menschen im Raum und vermeiden Sie unverständliche juristische Vokabeln. Die Beziehungsebene ist geprägt durch emotionale Verbundenheit. Sie kann dadurch erreicht werden, dass Sie Ihrem Gegenüber Empathie entgegenbringen. Machen Sie diese Empathie deutlich, sodass Ihr Mandant sie auch bemerkt. Dies gelingt Ihnen mit den folgenden Kommunikationsmitteln:

CHECKLISTE / Beziehungsebene aufbauen

Kommunikationsmittel	Ziel	Art und Weise	Beispiel
Sogenanntes „Matching“	Finden Sie heraus, welcher Wahrnehmungstyp Ihr Mandant ist: visuell, auditiv oder kinästhetisch (Kinästhesie: Lehre der Bewegungsempfindung)	Passen Sie sich dem Sinneskanal des Mandanten an – sowohl sprachlich, als auch körperlich. Achten Sie auf Ihr Sprechtempo, die Lautstärke etc.	siehe unten

		Visuell	<ul style="list-style-type: none"> ■ Bleiben Sie mit dem Mandanten im Augenkontakt. ■ Schreiben Sie bei Besprechungen mit. ■ Fragen Sie nach: „Wie sehen Sie das?“, „Das fügt sich für Sie nicht ins Bild?“.
		Auditiv	<ul style="list-style-type: none"> ■ Verbalisieren Sie präzise. ■ Nutzen Sie Fragen als Motivationsmittel. ■ Vereinbaren Sie etwas mündlich, z.B. dass Sie den Mandanten gerne telefonisch informieren. ■ Versichern Sie, dass Sie Versprechen einhalten. ■ Fassen Sie Ihren Eindruck zusammen: „Hört sich so an, als ob ...“, „Das hört sich gut an“.
		Kinästhetisch	<ul style="list-style-type: none"> ■ Begrüßen Sie den Mandanten, indem Sie ihm angemessen die Hand geben. ■ Binden Sie den Mandanten in den Lösungsprozess aktiv ein. ■ Fragen Sie nach: „Wie fühlt es sich an?“.
Zuhören	Sie hören zu, um den Mandanten zu verstehen und beabsichtigen, dass er sich verstanden fühlt.	Hören Sie aktiv zu, indem Sie nicken, sich zu dem Mandanten hinwenden oder sich mimisch zeigen. Bestätigen Sie das Gehörte durch Laute und paraphrasieren Sie.	<ul style="list-style-type: none"> ■ Gehen Sie mit der eigenen Meinung zurückhaltend um. ■ Sagen Sie z.B.: „Wenn ich Sie richtig verstanden habe, meinen Sie ...“, „Für Sie ist es also besonders wichtig, dass ...“, „Hört sich an, als stünden Sie unter Zeitdruck“ oder „Sie zweifeln, ob die Klage Erfolg haben könnte ...“
Fragen	Sie zeigen Interesse an der Sache und der Person des Mandanten. Sie führen das Gespräch, indem Sie gezielt nachfragen.	Geschlossene Fragen: Zeigen Sie, dass sich der Mandant festlegen soll.	<ul style="list-style-type: none"> ■ Beginnen Sie mit Verb oder Hilfsverb. ■ Machen Sie deutlich, dass der Mandant im Kern mit „Ja“ oder „Nein“ antworten soll. ■ Fragen Sie etwa: „Können Sie das Familienstammbuch morgen Vormittag mitbringen?“, „Finden Sie den Vorschlag gut?“
		Offene Fragen: Animieren Sie den Mandanten, etwas näher darzustellen. Hierdurch können Sie Einwände neutralisieren.	<ul style="list-style-type: none"> ■ Stellen Sie die W-Fragen (Wie, Wo, Wann, Was, Welcher, Wer). ■ Fragen Sie nicht: Warum? ■ Formulieren Sie etwa: „Wie stellen Sie sich die Vorgehensweise vor?“
Servicesprache	Sie begeistern Ihre Mandanten. Service ist ein nicht zu unterschätzendes Akquise-Instrument.	Seien Sie lösungsorientiert und formulieren Sie konkret und kundenorientiert. Vermeiden Sie sogenannte „Unworte“ und verwenden Sie nicht zu viele Fremdwörter.	Sagen Sie z.B. „selbstverständlich“, „darf ich/dürfen wir“, „Sehr gern“, „Danke“, „sofort“, „so schnell als möglich“.

↘ WEITERFÜHRENDE HINWEISE

- Kundenzufriedenheit – Kundenforderungen leicht erkennen und erfüllen, AK 15, 13
- Strategische Kommunikation – Professioneller Außenauftritt Ihrer Kanzlei, AK 14, 123
- Mandantenbetreuung – Nutzen und Ausformung der Mandantenpflege, AK 13, 123

