

Pia Löffler

Diese eBroschüre wird unterstützt von:



Anwaltssuche und Rechts- beratung im Internet

Suchdienste, Beratungsplattformen und
Rechtsportale – wie sie funktionieren,
was sie bringen

2., stark erweiterte Auflage 2016





Mandatsgewinnung leicht gemacht: Der Deutsche Anwaltssuchdienst

- Das Online-Portal mit 70.000 Rechtsuchenden pro Monat
- Täglich 2.000 Anfragen potentieller Mandanten
- Inkl. wichtiger statistischer Auswertungen für Ihre Kanzlei

www.dasd.de



Ein kostenloser
Publikumsservice der
RA-MICRO
Unternehmensgruppe



Neu für DASD-Kunden:
Go Mandant App
mit Anwaltsprofil für digitales
Empfehlungsmarketing



DASD 
Deutscher Anwaltssuchdienst

eBroschüre *Spezial*

Anwaltssuche und Rechtsberatung im Internet

Suchdienste, Beratungsplattformen und Rechtsportale – wie sie funktionieren, was sie bringen

2., stark erweiterte Auflage 2016

Von

Pia Löffler, Rechtsanwältin, München

Pia Löffler ist Rechtsanwältin. Nach drei Jahren Tätigkeit als Juristin in der Rechtsabteilung eines großen Medienunternehmens gründete sie 2010 eine Kanzlei für Urheber- und Medienrecht in München.

Nach einem beruflichen Zwischenstopp in der Redaktion und als Syndika eines großen Anwaltssuchdienstes gründete sie Mitte 2013 www.anwaltstexte.com.

Dort berät sie Rechtsanwälte im Bereich Onlinemarketing und erstellt mit einem Team juristischer Autoren Texte für Websites, Blogs, Social Media, Broschüren etc. Unter www.kanzleimarketing.works/blog bloggt sie regelmäßig über Kanzleimarketing-Themen.

Haftungsausschluss

Die in der eBroschüre enthaltenen Informationen wurden sorgfältig recherchiert und geprüft. Für die Richtigkeit der Angaben sowie die Befolgung von Ratschlägen und Empfehlungen kann der Verlag dennoch keine Haftung übernehmen

Anregungen und Kritik zu diesem Werk senden Sie bitte an:

kontakt@anwaltverlag.de

Autoren und Verlag freuen sich auf Ihre Rückmeldung.

Sonderausgabe für Deutscher Anwaltverlag GmbH, Bonn 2016
mit freundlicher Genehmigung
Copyright 2016 by Freie Fachinformationen GmbH, Köln
Satz: Helmut Rohde, Euskirchen
Bestell-Nr.: 80004564

Alle Rechte vorbehalten. Abdruck, Nachdruck, datentechnische Vervielfältigung und Wiedergabe (auch auszugsweise) oder Veränderung über den vertragsgemäßen Gebrauch hinaus bedürfen der schriftlichen Zustimmung des Verlages.



Deutscher**Anwalt**Verlag

Inhalt

Anwaltssuche und Rechtsberatung im Internet

1. Ratsuchende im Internet suchen einen Anwalt – oder Antworten	5
2. Die klassischen Anwaltssuchdienste (AS) und ihr Mehrwert	5
3. Beratungsplattformen (BP): Rechtsberatung online	7
4. Rechtsportale (RP)	9
5. Machen mehrere Profile bei mehreren Suchdiensten, Plattformen und Portalen Sinn?	10
6. Wie man Profile überzeugend gestaltet	10
7. Welcher Dienst für welchen Anwalt?	10
8. Zusammenfassung – Anwaltssuche und Rechtsberatung im Internet	11

Anwaltssuche und Rechtsberatung im Internet

Suchdienste, Beratungsplattformen und Rechtsportale – wie sie funktionieren, was sie bringen

Erfahren Sie, was klassische Anwaltssuchdienste sind, wie sich deren Angebot von Beratungsplattformen und Rechtsportalen unterscheidet und für welche Kanzlei sich welches Angebot lohnt, um im Internet effizient Mandantenakquise zu betreiben.

Die klassischen Anwaltssuchdienste haben für viele Kanzleien große Bedeutung für die Mandantenakquise im Internet. Immer stärker drängen daneben Plattformen und Portale auf den Markt, die neben der Anwaltssuche andere Services anbieten: Anwälte beantworten öffentlich Rechtsfragen im Internet, es werden „Beratungspakete“ zum Festpreis an Ratsuchende verkauft oder über Online-Portale Beratungsanfragen an Rechtsanwälte vermittelt. Denn inzwischen findet nicht mehr nur Anwaltssuche im Internet statt, sondern auch „Rechtsberatung“ im weitesten Sinne. Das eröffnet neue Möglichkeiten – für Ratsuchende, aber auch für Anwälte.

1. Ratsuchende im Internet suchen einen Anwalt – oder Antworten

Das Internet ist *die* Informationsquelle für alle Lebensbereiche. Da ist es nur folgerichtig, dass Internetnutzer auch einen Anwalt im Internet suchen. Gesucht wird dabei oft in der ganz klassischen Form, z.B. „Anwalt Verkehrsrecht Hamburg“. Hinzu kommen aber immer mehr Suchanfragen, bei denen Ratsuchende nicht abstrakt nach einem Rechtsanwalt suchen, sondern problemorientiert vorgehen, z.B. mit Anfragen wie „Scheidung ohne Trennungsjahr“ oder „geblitzt worden Rechtsanwalt“.

Der Grund dafür: Einerseits können Suchende ihr Rechtsproblem oft keinem Rechtsgebiet zuordnen, andererseits sind Internetnutzer daran gewöhnt, sehr konkret nach einem bestimmten Thema zu suchen.

Diese Art der Suchanfragen zeigt dabei einen neuen Bedarf bei Ratsuchenden: Es geht im Internet inzwischen auch darum, Rechtsprobleme direkt gelöst und Fragen ohne Termin in einer Kanzlei beantwortet zu bekommen. Das hat neben den klassischen Suchdiensten neuen Geschäftsmodellen den Weg bereitet bzw. die Angebote der Suchdienste erweitert.

2. Die klassischen Anwaltssuchdienste (AS) und ihr Mehrwert

Zunächst aber zu den „Klassikern“ der Mandantenakquise im Internet – den Anwaltssuchdiensten. Mit einem Profil bei einem Anwaltssuchdienst können Sie mit wenig Aufwand und quasi ohne technisches Know-how eine kleine Internetpräsenz anlegen. Ein Suchdienstprofil erhalten Sie je nach Anbieter für 0 bis etwa 50 €/Monat, wobei die Mindestlaufzeit von einem Monat bis zu 24 Monaten variieren kann. In Ihrem Profil haben Sie in der Regel die Möglichkeit, Ratsuchenden Ihre Kanzlei mit Fotos, eigenen Texten und mit Fachbeiträgen oder Videos zu präsentieren.

Die Kosten für ein solches Profil pro Jahr liegen – auch bei teureren Anbietern! – meist unter dem Preis für einen Basiseintrag in einem gedruckten Branchenverzeichnis. Auffindbarkeit und Gestaltungsmöglichkeiten sind aber deutlich größer.

Der Vorteil solcher Profile liegt darin, dass Sie mit Ihrem Profil oder mit eigenen Rechtsbeiträgen auf der Internetseite des Anbieters von der Suchmaschinenoptimierung des Anbieters profitieren.

Denn Anwaltssuchdienste betreiben massiv Suchmaschinenoptimierung, um selbst z.B. bei Google auf „Seite 1“ für wichtigste Suchanfragen von Ratsuchenden zu erscheinen. Ihr Profil oder Ihre Rechtsbeiträge werden also gefunden, weil der Anbieter gute Suchmaschinenoptimierung betreibt. Das bedeutet: Wenn man Ihre Kanzleiwebsite mithilfe von Google etc. nicht findet, erhöht ein Suchdienstprofil bei einem guten Suchdienst Ihre Chance, im Internet gefunden zu werden, erheblich. Und das funktioniert in der Tat: Bei vielen Suchanfragen nach dem Prinzip „Rechtsgebiet Stadt“ oder „Rechtsgebiet Stadt (Rechts-)Anwalt“ finden Sie Seiten verschiedener Anwaltssuchdienste bei Google auf „Seite 1“ der Trefferliste.

Testen Sie das mit einer Suchanfrage für Ihre Stadt und Ihr Beratungsgebiet! So erhalten Sie erste Anhaltspunkte, welcher Suchdienst für Sie gut funktionieren könnte.

Natürlich erscheint nicht nur Ihr Kanzleiprofil, wenn man auf den Link des Suchdienstes in einer Trefferliste der Suchmaschine klickt. Hier erscheint meist eine Liste aller Rechtsanwälte in Ihrer Stadt, die zu einem Rechtsgebiet oder Thema bei diesem Suchdienst gelistet sind. Dennoch steigt so die Wahrscheinlichkeit enorm, dass auch Sie mit Ihrem Profil oder mit Rechtsbeiträgen über Suchmaschinen von Ratsuchenden gefunden werden. Und haben Sie Ihr Profil gut eingerichtet (Texte, Bilder etc.), haben Sie gute Chancen, sich von den Kollegen in der Liste positiv abzuheben und so Mandate aus dem Nichts zu akquirieren.

Welche Suchdienste gibt es?

Suchdienste gibt es relativ viele. Nachfolgend listen wir Ihnen einige der wichtigsten Suchdienste, Plattformen und Portale in Deutschland auf, ohne Anspruch auf Vollständigkeit zu erheben und ohne Empfehlungen oder Bewertungen abzugeben.

Anbieter	Services ¹	Internetadresse	monatliche Gebühr	Telefonkontakt	Mobilfähigkeit
123recht	RP/AS	www.123recht.net	20,00 €	0511/123 567 30	ja
advocado	BP	www.advocado.de	0 – 29,00 €	03834/838 355 0	ja
anwalt24	AS	www.anwalt24.de	0 – 36,90 €	0221/943 737 250	nein
anwalt.de	AS/BP	www.anwalt.de	49,95 €	0911/815 150	Ja
Anwalt Onlineservice	–	www.anwalt-onlineservice.de	–*	0221/937 386 30	nein
Anwalt Suchservice	AS	www.anwalt-suchservice.de	25,00 €	0221/937 386 30	Ja
Anwaltssuche	AS	www.anwaltssuche.de	ca. 30,00 €	0221/937 386 06	Ja
Blitzeranwalt	AS	www.blitzeranwalt.com	49,90 €	06426/921 355	nein
DeutscheAnwaltauskunft	AS	www.anwaltauskunft.de	In DAV-Mitgliedschaft	030/726 152 0	ja
Deutsche Anwaltshotline	AS/BP	www.deutsche-anwaltshotline.de	18,95 €	0911/376 569 0	ja
Deutscher Anwaltsuchdienst	AS	www.anwaltssuchdienst.de	ca. 9,00 €	030/435 988 18	ja
Jurato	BP/AS	www.jurato.de	19,00 €	030/610 819 141	ja
Fachanwalt.de	AS	www.fachanwalt.de	8,00 €	0511/936 897 00	nein
juraforum	RP	www.juraforum.de	25,00 €	0511/473 97780	ja
Rechtsanwalt.com	AS/BP	www.rechtsanwalt.com	ca. 80,00 €	0621/976 929 50	ja

* Im Preis für das Anwalt-Suchservice-Profil enthalten!

Hinweis: Die Tabelle erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit und Richtigkeit. Die Auflistung ist mit keinerlei Empfehlung oder Bewertung durch den Autor verbunden. Stand: Mai 2016.

¹ AS = Anwaltssuchdienst, RP = Rechtsportal (dazu unten mehr), BP = Beratungsplattform (dazu unten mehr).

In den Preisen für die Profile sind z.T. Mehrwerte wie Onlinezugriff auf Fachliteratur, Mitgliedschaften bei Kooperationspartnern etc. enthalten. Einige Anbieter gewähren außerdem Gebietsexklusivität (z.B. Blitzanwalt) oder Rabatte für Junganwälte, Mehrfachprofile oder für längere Laufzeiten. Ein Vergleich der Angebote ist sinnvoll!

Die Frage, ob und welcher Suchdienst sich für einen Rechtsanwalt bzw. für eine Kanzlei eignet, kann nur für jede Kanzlei individuell beantwortet werden. Denn der Nutzen eines Suchdienstprofils ist für eine Wirtschaftskanzlei mit mehreren Berufsträgern in einer Großstadt ein anderer als für einen Einzelanwalt nach Kanzleigründung in einer Kleinstadt. Es kommt eben darauf an. Das berücksichtigen Anbieter allerdings teilweise auch bei der Preisgestaltung der Profile (z.B. anwaltssuche).

Viele Suchdienste bieten an, ihren Service eine Zeit lang kostenfrei zu testen. Nutzen Sie dieses Angebot! ABER: Auch in der Testphase muss Ihr Profil optimal gestaltet sein, sonst verpufft auch die längste Testphase nutzlos.

3. Beratungsplattformen (BP): Rechtsberatung online

Anders als (reine) Anwaltssuchdienste funktionieren Beratungsplattformen, die sich neben den klassischen Suchdiensten zu etablieren beginnen. Hier wird die klassische Anwaltssuche gar nicht oder nur am Rande angeboten. Denn hier wird in erster Linie direkt über die Plattform bzw. Internetseite Rechtsberatung in unterschiedlicher Form vertrieben, z.B. Beratungspakete zum Festpreis oder es werden Beratungsanfragen von Ratsuchenden an Rechtsanwälte vermittelt.

Im Fokus stehen die unkomplizierte Beantwortung von Rechtsfragen und Preistransparenz. Das gesamte Prozedere der Suche nach Rechtsberatung wird so im Vergleich zu den reinen Suchdiensten – wo die Auswahl des Anwalts über Profile und damit oft über die Person stattfindet – etwas „entpersonalisiert“. Denn bei den Beratungsplattformen stehen die Beratungsprodukte und die Preise im Vordergrund, weniger der Anwalt, auch wenn Sie hier als Anwalt genauso ein Profil haben wie bei einem klassischen Suchdienst.

Diese Tendenz, den Preis der Beratung in den Fokus zu stellen, kann man kritisch sehen, da es eben doch auch darauf ankommt, die passende „Beraterperson“ zu finden, nicht nur den besten Preis.

Unterschiedliche Plattformen – unterschiedliche Angebote

Die neueren Beratungsplattformen konzentrieren sich vor allem auf zwei Services, die aber auch seit Längerem auf Rechtsportalen oder bei klassischen Suchdiensten (z.B. 123recht.net, rechtsanwalt.com, anwalt.de) zu finden sind: Das sind einerseits „Rechtsprodukte“ und andererseits das Vermitteln individueller Beratungsanfragen von Ratsuchenden an Rechtsanwälte über die Internetplattform.

„Rechtsprodukte“: Beratungspaket zum Festpreis

Rechtsprodukte sind klar definierte Beratungspakete zum Festpreis, die in unterschiedlichen Rechtsgebieten und unterschiedlichem Umfang angeboten werden: von der kurzen Beurteilung eines Arbeitszeugnisses für knapp 50 bis zur eingehenden Prüfung von Onlineshop-AGB für mehrere Hundert Euro. Die Beantwortung von „Standardfragen“ oder die Prüfung von Dokumenten, die immer wieder nach einem ähnlichen Schema ablaufen, lassen sich mit diesen Rechtsprodukten in der Tat sehr effizient an den Mandanten bringen.

Als Anwalt mit einem Profil bei einer Plattform oder einem Suchdienst, der Rechtsprodukte anbietet, suchen Sie entweder aus, ob und welche vorgefertigten Rechtsprodukte des Anbieters Sie anbieten wollen und können, oder Sie erstellen selbst ein Rechtsprodukt, das Sie zu einem bestimmten Preis anbieten wollen. Sucht ein Ratsuchender dann z.B. nach einem Angebot für „Prüfung Arbeitszeugnis“, ist auch Ihr Beratungspaket in der Auflistung auf der Plattform zu sehen. Das kann der Ratsuchende dann auswählen und buchen.

Können Sie ein Beratungspaket selbst definieren, sind Sie nicht genötigt, preislich unter Ihre Schmerzgrenze zu gehen. Außerdem können Sie den Leistungsumfang im Detail festlegen. Dass jeder Anwalt selbst sein Produkt gestalten kann, hat aber auch einen Nachteil: Ähnliche Produkte sind für Ratsuchende weniger gut vergleichbar.

Entscheidet sich ein Ratsuchender für ein Beratungspaket, schließt er via Internet einen Vertrag über die Beratung im vereinbarten Umfang und mit der vereinbarten Gebühr ab. Der Vertrag kommt mit dem Rechtsanwalt zustande, der das Rechtsprodukt anbietet.

Wird umfangreichere Beratung notwendig, ist der Umstieg in ein „klassisches Mandat“ notwendig. So sind Rechtsprodukte aber ggfs. ein guter Einstieg in ein umfangreicheres Mandat!

Der Anbieter – also die Beratungsplattform, das Rechtsportal oder der Suchdienst – vermitteln lediglich den Vertragsabschluss zwischen Ratsuchendem und Anwalt und nehmen dafür z.B. eine überschaubare Einstellgebühr vom Ratsuchenden (z.B. 123recht.net) oder eine Vermittlungsprovision vom Rechtsanwalt (z.B. advocado).

Die Abrechnung der Gebühr geht auch unterschiedlich vonstatten: Entweder rechnet der Anwalt – wie bei jedem anderen Mandat auch – direkt mit dem Ratsuchenden ab oder der Ratsuchende bezahlt direkt beim Anbieter (z.B. 123recht.net) und Sie erhalten z.B. eine monatliche Abrechnung der für Sie eingegangenen Beträge.

Beratungsanfragen: „Pitch“ für Rechtsanwälte im Internet

Anders funktionieren Beratungsanfragen. Der Ratsuchende formuliert mithilfe der Plattform eine Rechtsfrage (z.B. „Ich habe einen Plattenvertrag unterzeichnet – komme ich da nun wieder heraus?“) und kann im Zweifel zusätzlich Dokumente online hochladen, die für die Beantwortung der Rechtsfrage relevant sind. Diese Frage wird im Anschluss über die Plattform an passend qualifizierte Anwälte weitergeleitet, die ein Profil auf dieser Beratungsplattform betreiben.

Haben Sie als Anwalt ein Profil auf dieser Plattform und erhalten Sie eine Anfrage, können Sie nun dem Ratsuchenden – wiederum mithilfe der Plattform – ein individuelles Angebot für die Beratung in seinem ganz konkreten Fall unterbreiten. Hier können Sie – anders als bei fest definierten Rechtsprodukten – z.B. Beratungsumfang oder Preis individuell einschätzen und einen individuellen Festpreis für diesen individuellen Fall anbieten.

Der Ratsuchende erhält so unterschiedliche Angebote verschiedener Anwälte mit der passenden fachlichen Qualifikation in dem angefragten Rechtsgebiet und kann sich dann den passenden Anwalt bzw. das passende Angebot aussuchen. Ein Verfahren, das Anwälte als „Pitch“ bzw. „Schaulaufen“ für größere Mandate aus der Mandatsakquise kennen, wird so im Internet nun für kleinere Mandate und Kanzleien Realität.

Dieses Verfahren entspricht im Prinzip der Vereinbarung eines klassischen Pauschalhonorars – es erfindet das Rad also nicht neu. Die Anbahnung des Mandates wird lediglich in das Internet verlegt und es herrscht direkter Wettbewerb. Und auch hier kommt der Vertrag über die Beratung mit dem Rechtsanwalt zustande!

Nachteile der Beratungsplattformen ohne Anwaltssuche

Einen Nachteil haben die neueren Beratungsplattformen, die keinen nennenswerten Anwaltssuchdienst ihr Eigen nennen. Die Sichtbarkeit bei Google und anderen Suchdiensten ist im Vergleich zu den etablierten Suchdiensten und Mischformen aus Suchdienst und Beratungsplattform² deutlich geringer. Derzeit müssen Ratsuchende (noch) aktiv auf diese Portale gehen, um dort das passende Beratungsangebot zu finden. Denn

² Z.B. 123recht und Juraforum.

bei allgemeinen Suchanfragen über Suchmaschinen stoßen Ratsuchende nur selten auf Beratungsplattformen. Arbeiten diese jungen Anbieter aber weiter an ihrer Bekanntheit, sind diese Plattformen für Rechtsanwälte eine moderne und zukunftsweisende Form der Mandantenakquise und Rechtsberatung im Internet.

Die etablierten Suchdienste haben jahrelangen Vorsprung in der Suchmaschinenoptimierung, das wirkt sich naturgemäß aus. Bedenken Sie aber: Die Sichtbarkeit für Suchmaschinen hat nichts mit der Qualität der Plattformen und ihrer Leistungen selbst zu tun.

4. Rechtsportale (RP)

Wie nahezu überall gibt es auch im Bereich Rechtsdienstleistungen im Internet Angebote, die sich nicht klar dem einen oder anderen Bereich zuordnen lassen oder verschiedene Funktionen miteinander verbinden und sich dann z.B. „Recht-Portal mit Anwalt-Suche“ oder „Rechtsmarktplatz“ nennen.

Diese Portale bieten – und dadurch unterscheiden sie sich erheblich von klassischen Suchdiensten und reinen Beratungsplattformen – zahlreiche Möglichkeiten für Ratsuchende, sich selbst zu informieren und auszutauschen, z.B. über Foren. Ergänzt wird das Angebot für die „Hilfe zur Selbsthilfe“ für Ratsuchende, z.B. mit Urteils- und Gesetzessammlungen, Ratgebern oder Mustern und Vorlagen, die gegen Bezahlung von Ratsuchenden genutzt werden können (z.B. 123recht.net, dt. Anwaltshotline).

Auch hier bucht man als Anwalt gegen Gebühr ein Profil, um die unterschiedlichen Funktionen des Portals (Suchdienst, Foren, Shop für Rechtsprodukte) nutzen zu können.

Bei Bedarf finden Ratsuchende aber über Rechtsprodukte, öffentliche Fragen an Rechtsanwälte, Beratungsanfrage-Möglichkeiten wie bei den Beratungsplattformen und einen funktionierenden Suchdienst auch *anwaltliche* Unterstützung. Für Ratsuchende bieten Rechtsportale damit ein breites Service-Angebot für jeden Bedarf und jeden Geldbeutel.

Der Vorwurf des „Bauchladens“ steht hier schnell im Raum. Die Menge an juristischen Inhalten auf diesen Seiten dient aber u.a. der Suchmaschinenoptimierung des Portals und damit der Sichtbarkeit der Profile und der anwaltlichen Beiträge auf der Seite – also letztlich der Sichtbarkeit der Anwälte auf dem Portal!

Außerdem lässt das breite Angebot an Produkten der Hilfe zur Selbsthilfe für Ratsuchende Rechtsportale für Rechtsanwälte auf den ersten Blick im Hinblick auf Mandantenakquise im Internet uninteressant erscheinen. Wie soll Anwalt hier ein Mandat akquirieren, wenn Ratsuchende in die Lage versetzt werden, sich selbst zu helfen?

Dieses Urteil wird aber oft vorschnell gefällt: Denn für Rechtsanwälte sind diese Portale in der Tat ein sinnvolles Instrument der Mandantenakquise – selbst wenn Anwälte teilweise für wenig Geld öffentlich Fragen im Internet beantworten, auf die jedermann kostenfrei zugreifen kann. Natürlich sind öffentliche Antworten Hilfe zur Selbsthilfe und stillen damit Beratungsbedarf, der dann nicht in ein größeres Mandat umgesetzt wird. Aber kommt es doch zu einer Konfrontation, z.B. mit dem Vermieter oder Arbeitgeber, ist der Anwalt, der zuvor die Frage öffentlich beantwortet hat, nicht weit. Denn wenn es wirklich brennt und nicht nur raucht, ruft man eben die Feuerwehr und greift nicht nur selbst zum Feuerlöscher.

Ihre öffentlichen Antworten auf Rechtsfragen³ sind außerdem Suchmaschinenmarketing für Sie! Inhalte der Rechtsportale werden von Suchmaschinen oft sehr gut gefunden. Wer so auf Ihre „öffentliche Antwort“ stößt, stößt auch auf Ihr Profil und kann Sie bei Bedarf unkompliziert kontaktieren.

³ Z.B. frag-einen-anwalt.de, juraforum etc.

5. Machen mehrere Profile bei mehreren Suchdiensten, Plattformen und Portalen Sinn?

Fragt sich letztlich, wie stark man sich als Anwalt nun im Netz engagieren soll – kurz: Macht es Sinn, mehrere Profile bei unterschiedlichen Portalen zu betreiben?

Es kommt in der Tat auch hier darauf an. Es kommt darauf an, wie internetaffin Sie sind bzw. wie internetaffin die Person ist, die mit der Pflege der Profile und z.B. der Beantwortung von Beratungsanfragen betraut ist. Gehen Sie bzw. geht diese Person ganz selbstverständlich mit dem Internet um, sind mehrere Profile unterschiedlicher Art eine gute Idee. Mit Profilen bei Suchdiensten, Foren und Plattformen – und vor allem mit mehreren Profilen – werden Sie allein aufgrund der statistischen Wahrscheinlichkeit besser gefunden.

Verfügt Ihre Kanzlei über mehrere Berufsträger und haben Sie den Eindruck, dass das Profil bei einem Anbieter erfolgreich ist: Legen Sie nach! Hat jeder Berufsträger zu einem anderen Rechtsgebiet bei demselben Anbieter ein Profil, erhöht das die Chance, im Internet erfolgreich Mandate zu akquirieren!

6. Wie man Profile überzeugend gestaltet

Ob Suchdienst, Beratungsplattform oder Rechtsportal – kümmern Sie sich um Ihr Profil. Und Sie sollten bei wirklich allen Profilen darauf achten, dass Sie im Rahmen der Möglichkeiten die Profile optimal gestalten. Denn wenn Sie gefunden werden, sollte Ihr Profil überzeugen – auch optisch!

Sich auf die Arbeit des Anbieters zu verlassen, ist selten eine gute Idee: Entweder endet das in einem „Schlagwortfriedhof“ oder im Kopieren Ihrer Website-Texte durch den Anbieter, und zwar 1:1. Identische Texte im Profil und auf der eigenen Kanzleiwebsite sind wenig nutzerfreundlich. Und sog. „duplicate content“ fördert nicht unbedingt die Suchmaschinenoptimierung Ihrer Kanzleiwebsite.

Hier kommt es in der Tat bei allen Profilen – aber vor allem bei Suchdiensten! – in erster Linie darauf an, dass Sie ein überzeugendes Foto von sich bzw. den Kollegen oder dem Team als Profildfoto nutzen. In einer längeren Liste mit passend qualifizierten Anwälten müssen Sie sich irgendwie positiv abheben. Das gelingt mit professionell – ja, von einem professionellen Porträt-Fotografen! – angefertigten Bildern sehr gut. Wenn Sie dann in Ihrem Text noch kompetent, freundlich und verständlich auftreten, hat der Ratsuchende quasi schon den Telefonhörer in der Hand und wählt Ihre Nummer.

Bei Beratungsplattformen und Rechtsportalen kommen Ratsuchende meist erst relativ spät mit Ihrem Profil in Kontakt – hier stehen die Beratungsprodukte im Vordergrund. Dennoch: Auch hier überzeugen gute Fotos und gute Texte.

7. Welcher Dienst für welchen Anwalt?

Ein Profil bei einem „klassischen“ **Anwaltssuchdienst** eignet sich für jeden Einzelkämpfer und jede kleine oder mittlere Kanzlei, vorausgesetzt der Anbieter verfügt über gute Sichtbarkeit bei Google & Co.

Wichtig! Da hier die Auswahl des Anwalts überwiegend über das Profil erfolgt und nicht in erster Linie über das Angebot der Rechtsdienstleistungen, ist eine professionelle Gestaltung des Profils sehr wichtig für seinen Erfolg.

Beratungsplattformen und Rechtsportale mit ihren unterschiedlichen Services eignen sich nicht immer für jede Kanzlei oder jeden Anwalt. Hier muss man differenzieren:

Rechtsprodukte eignen sich für jede Kanzlei, in der jemand mit den Grundzügen des Internets vertraut ist. Die Abwicklung ist sehr einfach, Kosten und Leistungsumfang für die Produkte sind definiert, die Erstellung

des Produkts verursacht nur einmalig Arbeit. Werden die Produkte gebucht, können die „Fälle“ behandelt werden wie jedes andere Mandat auch.

Wichtig! Wenn Sie Rechtsprodukte selbst definieren können, machen Sie das und investieren Sie hier einmalig Zeit. Niemand kauft gerne die Katze im Sack, und ist das Produkt klar definiert, vermeiden Sie Streit mit Mandanten über den Leistungsumfang!

Das System der **Beratungsanfragen** eignet sich ebenfalls quasi für jede Kanzlei. Hier ist nur zu beachten, dass eine gewisse Reaktionsschnelligkeit und Zuverlässigkeit vonnöten sind, damit man eine Chance hat, mit dem eigenen Angebot rechtzeitig zum Ratsuchenden durchzudringen.

Wichtig! Bedenken Sie, dass Sie auf jede Anfrage individuell reagieren und ein konkretes Angebot formulieren müssen! Das kostet Zeit, wenn man es gut und damit erfolgreich machen will.

Nicht für jede Kanzlei hingegen eignet sich z.B. das System der **(öffentlich gestellten) Fragen und (öffentlichen) Antworten**: Hier muss man als Anwalt Internetaffinität und eine hohe Reaktionsfreudigkeit mitbringen. Nur wenn Sie kurzfristig reagieren, realisiert sich der Mehrwert für Nutzer und Anwalt. Diese Angebote eignen sich also v.a. für Anwälte, die ohnehin ständig online sind und ohne Probleme sowie kurzfristig selbst via Internet auf Fragen reagieren können und wollen.

Wichtig! Wer öffentlich Rechtsfragen beantwortet, muss sich bewusst machen, dass öffentliche Antworten auch öffentliche Reaktionen nach sich ziehen können. Damit muss man umgehen können!

8. Zusammenfassung – Anwaltssuche und Rechtsberatung im Internet

Die Vorteile der unterschiedlichen Service-Angebote für Rechtsberatung im Internet – bei klassischen Suchdiensten, Beratungsplattformen und Rechtsportalen – für Ratsuchende liegen auf der Hand. Mithilfe dieser Anbieter wird Rechtsberatung unter Nutzung des Internets vor allem in Standardfällen effizienter – für Ratsuchende und für Rechtsanwälte.

Hauptargument für die Beratungsangebote im Internet ist dabei wohl die Preistransparenz, die diese Form der Rechtsberatung vielfach bietet: Die Leistung des Anwaltes ist klar definiert, die Kosten für diese Leistungen für den Ratsuchenden werden klar kommuniziert. Das schafft Vertrauen, nimmt Mandanten Angst vor unkalkulierbaren Kosten und gibt Rechtsanwälten die Chance, nach Erbringen der definierten Leistung zu einem Ende zu kommen.

Die Einfachheit, Schnelligkeit und die Kostentransparenz der Möglichkeiten, im Internet Rechtsberatung zu finden, sind in allen Fällen gerade für Berufstätige oder z.B. Eltern ein echtes Argument, Rechtsberatung tatsächlich in Anspruch zu nehmen. Und auch ein Mittel, die Hemmschwelle, zum Anwalt zu gehen, zu überwinden. Und vor allem Letzteres dient dem Rechtsberatungsmarkt im Ergebnis auf jeden Fall: So greifen zahlreiche Ratsuchende auf anwaltliche Leistungen zurück, die sich sonst vielleicht – im wahrsten Sinne des Wortes – den Gang zum Anwalt sparen würden.

Info!

Es gibt Testergebnisse bzw. Marktanalysen zum Thema Anwaltssuche aus dem Jahr 2008 und aus dem Jahr 2013 (Finanztest, siehe Link am Ende des Artikels). Diese Übersichten sind für die Internetzeitrechnung entweder veraltet (seit 2008 hat sich der Markt massiv verändert!) oder – aus dem Jahr 2013 von der Stiftung Warentest – nach Meinung der Autorin hinsichtlich der Beurteilungskriterien nicht passend gewichtet. Die reine Anzahl der Anwälte bei einem Anbieter sagt z.B. nichts über die Qualität des Anbieters aus. Bleiben Sie selbst kritisch, bilden Sie sich mithilfe der hier gegebenen Informationen eine eigene Meinung oder lassen Sie sich individuell beraten, was zu Ihrer Kanzlei passt!

Wie holt man das Maximum aus einem Profil heraus? Fünf Tipps!

1. Buchen Sie Profile bei mehreren Anbietern und sortieren Sie ggfs. nach der ersten Laufzeit aus. Was nicht funktioniert – auch mit maximalem Eigenengagement! –, sollte man wieder kündigen.
2. Buchen Sie für mehrere Anwälte in der Kanzlei kein Gruppenprofil, sondern mehrere Einzelprofile – das erhöht ganz schlicht die statistische Wahrscheinlichkeit, gefunden zu werden.
3. Legen Sie Wert auf eine individuelle Gestaltung Ihrer Profile: Ein gutes Profilbild ist die halbe Miete. Das verführt in Trefferlisten dazu, *Ihr* Profil anzuklicken. Dabei ist ein ansprechendes, professionelles Foto absolut entscheidend.
4. Überzeugen Sie Profilbesucher mit individuellen Texten: gut geschrieben und übersichtlich gegliedert. Und im besten Fall persönlich und ansprechend! Das gilt für Profiltexpte, aber z.B. auch für die Formulierung von Beratungspaketen.
5. Nutzen Sie Angebote wie die Veröffentlichung von Beiträgen, Kontaktformulare und Bewertungsfunktionen. So holen Sie das Maximum aus Ihren Profilen heraus – ganz gleich, ob bei Beratungsplattformen, Suchdiensten oder Rechtsportalen!

Weiterführende Links

Eine Übersicht vieler unterschiedlicher Anwaltssuchdienste findet sich hier:

<http://www.jurawiki.de/AnwaltSuche>

Beitrag über Anwaltssuche im Internet:

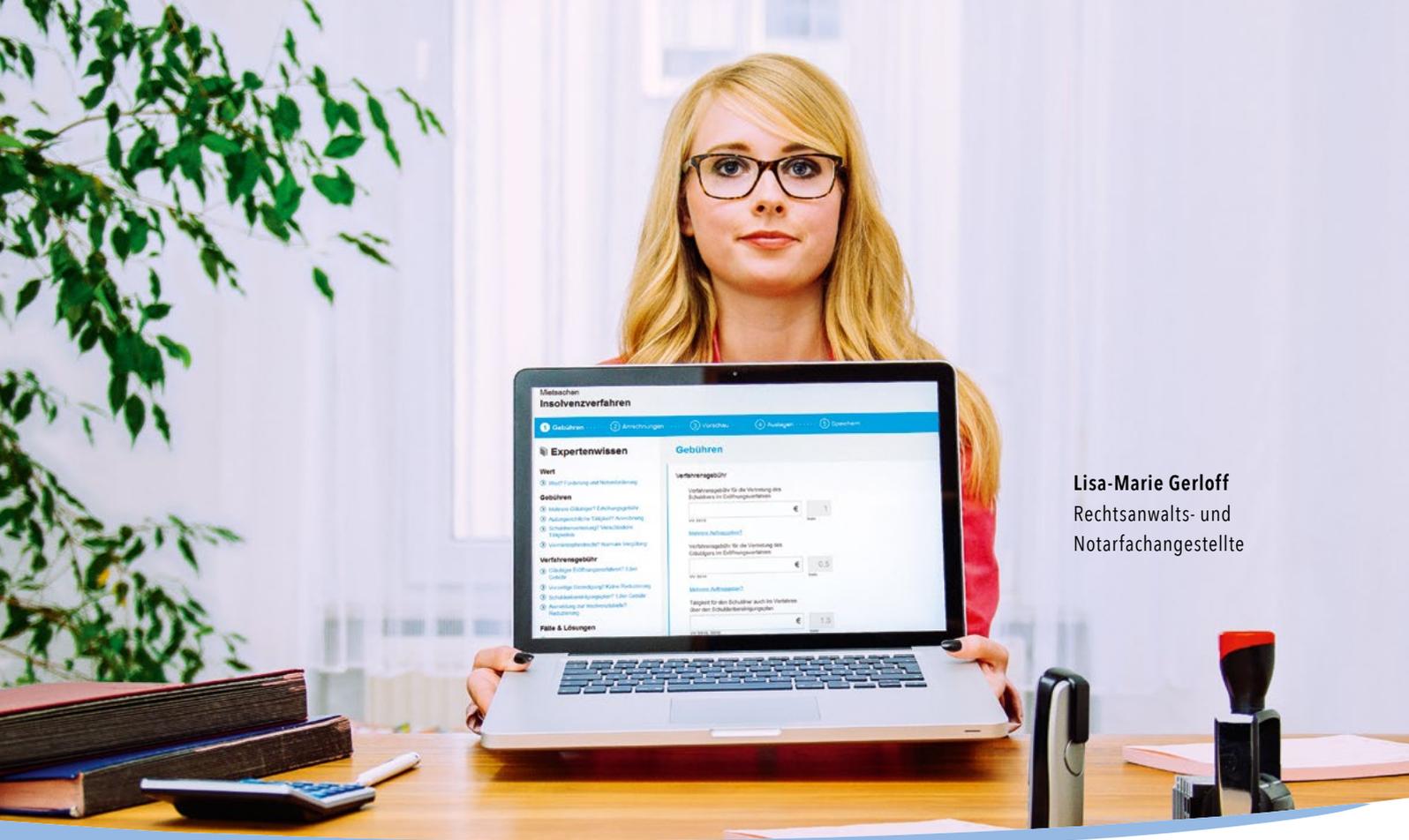
<https://www.test.de/Anwaltssuche-Der-beste-Weg-zum-Anwalt-4502589-0>

Zur Bedeutung von guten Fotos für Ihr Profil bzw. Ihren Internetauftritt:

<http://www.kanzleimarketing.works/ein-bild-sagt-mehr-als-1000-worte-warum-gute-portraets-wichtig-sind/>

Finanztest Beitrag 3/2013

<https://www.test.de/Anwaltssuche-Der-beste-Weg-zum-Anwalt-4502589-0/>



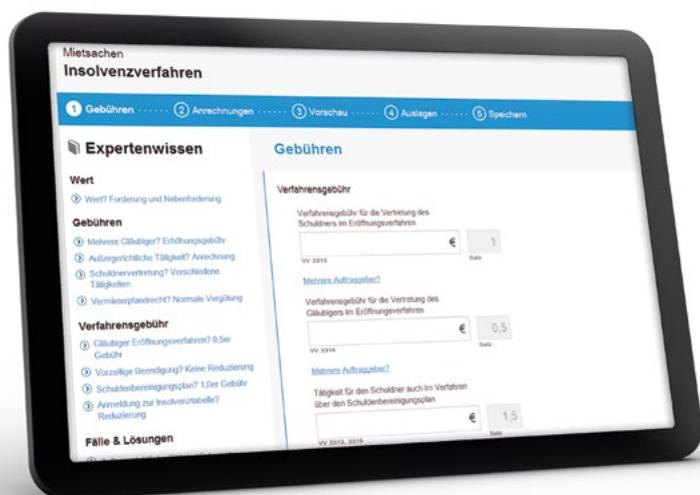
Lisa-Marie Gerloff
Rechtsanwalts- und
Notarfachangestellte

Meine Chefin kümmert sich
um die Mandanten
und ich verdiene das Geld - mit AGO.

AnwaltsGebuehren.online führt mich während der Rechnungserstellung schrittweise durch alle Leistungspositionen. So rechne ich jede Leistung vollständig und korrekt ab und meine Chefin wird maximal honoriert.

Im RVG gibt es etliche Sonderfälle, Ausnahmen und Grenzwerte. Mit dem einzigartigen Schnellinformations-System von AGO habe ich alles im Blick. Es zeigt mir zielgenaue Erläuterungen, Regelungen und Entscheidungshilfen genau in dem Moment an, in dem sie relevant sind. Ab sofort muss ich nichts mehr selbst im Kopf haben oder irgendwo nachschlagen. **Das bietet keine andere Abrechnungslösung!**

Mit AGO habe ich die Sicherheit, jederzeit auf dem neuesten Stand zu sein - ohne mich darum kümmern zu müssen. Das übernimmt AGO für mich. So spare ich wertvolle Zeit und hole für meine Chefin das Optimum raus.



AnwaltsGebuehren.online

DAMIT UNTERM STRICH MEHR RAUSKOMMT

Jetzt 60 Tage kostenlos testen!

Anmeldung zum GRATIS-Test unter:
www.anwaltsgebuehren.online