



Presseinformation (Kurzversion)

Mittagspause als Chance: So generieren Anwälte mehr Neumandate

Kanzleien sollten auch in der Mittagszeit optimal telefonisch erreichbar sein. In der Corona-Krise gilt dies mehr denn je, wie Kundendaten des auf Online-Mandatsakquise spezialisierten Legal-Start-ups Jurebus nahelegen: So erhalten Kanzleien während der klassischen Mittagspause mittlerweile signifikant mehr Anrufe als vor der Pandemie. Stellen sich Anwältinnen und Anwälte nicht darauf ein, entgehen ihnen Chancen auf zusätzliches Geschäft.

Um neue Mandate zu gewinnen, sollten Rechtsanwältinnen und Rechtsanwälte in Corona-Zeiten ihr Augenmerk stärker auf die Mittagspause legen. Dazu müssen ihre Kanzleien in dieser Zeit aber optimal telefonisch erreichbar sein. Darauf deuten aktuelle Erkenntnisse von [Jurebus](#) [Kanzleimarketing](#) hin.

„Unsere auf zehntausenden Mandantenanrufen basierenden Daten zeigen ganz klar, dass die von uns betreuten Kanzleien seit Beginn der Corona-Pandemie weitaus häufiger als früher während der klassischen Mittagspause antelefoniert werden“, sagt Johannes Dultz, Geschäftsführer von Jurebus. „Unsere breite Datenbasis lässt darauf schließen, dass dieser mutmaßliche Homeoffice-Effekt flächendeckend ist.“

Im Detail: Während im Messzeitraum März bis Dezember 2019 lediglich 5,8 Prozent aller Anrufe auf die Zeit von 12 bis 13 Uhr entfielen, waren es im 2020er Vergleichszeitraum schon 8,0 Prozent und 2021 sogar 10,6 Prozent. Also fast doppelt so viele wie vor Corona. Dultz und sein Team gehen davon aus, dass sich diese zeitliche Verschiebung als nachhaltig erweist. Zumal Heimarbeit in Deutschland auch zukünftig ein Thema sein dürfte.

Mandanten wollen einen direkten Ansprechpartner

Für Kanzleien gilt es damit, sich fortan besser auf die für sie wirtschaftlich relevanten „Mehranrufe zur Unzeit“ einzustellen und sicherzustellen, dass während der Mittagspause ein direkter Ansprechpartner verfügbar ist, rät Dultz.

Ein Anrufbeantworter hingegen lässt neue Mandanten gefühlt ins Leere laufen – sie nehmen die von ihnen darauf hinterlassenen Nachrichten nicht zwingend als erfolgreiche Kontaktaufnahme wahr.

Hinzu kommt: „Wenn potenzielle Neumandanten ein als dringend empfundenen Anliegen haben, möchten sie nicht unbedingt darauf warten müssen, bis die Kanzlei zurückruft“, sagt Dultz, der über eine langjährige Erfahrung im Anwaltsmarketing verfügt. Viele versuchen es dann sofort woanders. In Zeiten zunehmender „digitaler Ungeduld“ ist der nächste Anwalt schließlich immer nur einen Mausklick entfernt.



J U R E B U S

Qualifizierte Callcenter können die Lücke schließen

Handlungsbedarf haben aus Dultz' Sicht in erster Linie kleinere und mittlere Kanzleien sowie Einzelkämpfer, da diese in der fraglichen Zeit meist zu viel „Mut zur Lücke“ haben. Eben dann können sie aber nicht adäquat auf das veränderte Anrufverhalten der Mandanten reagieren, wodurch gute Chancen auf zusätzliches Geschäft ungenutzt bleiben.

Daher sollten Rechtsanwältinnen und Rechtsanwälte im Zweifelsfall entsprechend qualifizierte Callcenter wie Starbuero.de, Unitedcall.de oder Anwaltssekretariat.de hinzuschalten. So ist gewährleistet, dass Anrufer bei geringstmöglichem Aufwand zufriedengestellt werden: Sie können ihr Anliegen einem *echten* Ansprechpartner vortragen, bekommen eine feste Rückruf-Zusage und wählen anschließend nicht sofort die Nummer der Konkurrenz.

„Die Einstiegshürden zu Callcentern sind inzwischen sehr niedrig, und nicht selten deckelt bereits ein einziges auf diesem Wege generiertes Mandat die monatlichen Kosten für den zusätzlichen Dienstleister“, sagt Dultz.

Presseanfragen bitte an:
Andreas Quinkert, Durian GmbH
Telefon: 0203 372730
Mobil: 01523 7901512
E-Mail: presse@jurebus.de